SERVICIOS DE ANÁLISIS DE MERCADO DE CCI

Febrero de 2003

Guía del Usuario

TRADEMAP USAID

Estadísticas de comercio para el desarrollo de los negocios internacionales

Sección de Análisis de Mercados
División de Desarrollo de Productos y Mercados

Índice

I. Introducción....1
II. Enfoque de Producto....3
A. Evaluación del mercado mundial – Avellanas sin cascara de Georgia....3
B. Identificar los nuevos mercados de exportación – Filetes de pescado de Uganda....7
1. Estudiar las exportaciones actuales a otros países....8
2. Identificar los principales importadores mundiales....10
3. Examinar las barreras al acceso del mercado en los países socios....12
4. Analizar el desempeño del competidor....14
C. Identificar nuevas fuentes de oferta – Refrigeradores para Venezuela....16
D. Estudio del potencial para la diversificación de productos – Prendas de vestir de Marruecos....20
III. Enfoque de país....23
A. Evaluación del desempeño comercial del país – Rumanía....23
B. Potencial del Comercio Bilateral – Construcciones prefabricadas: Estonia y Francia32
C.TradeMap ahora incluye grupos de mercado regionales y económicos....36
1. Exportaciones de pantalones de Egipto a la UE....37
IV. Resumen....40

Tablas

Tabla 1: Lista de los países importadores del producto seleccionado en 2002....4
Tabla 2: Lista de los países exportadores del producto seleccionado en 2002....5
Tabla 3: Lista de mercados importadores de un producto exportado por Uganda en 2002....8
Tabla 4: Lista de los países importadores del producto seleccionado en 2002....10
Tabla 5 La información sobre las barreras arancelarias y no-arancelarias aplicadas por Reino Unido está disponible....12
Tabla 6: Medidas arancelarias (2001) y no-arancelarias (1999) reportados por Reino Unido....13
Tabla 7: Lista de mercados exportadores de un producto importado por Reino Unido en 2002....14
Tabla 8: Lista de los mercados exportadores de un producto importado por Venezuela en 2002....16
Tabla 9 : Lista de mercados exportadores de un producto importado por Chipre en 2002....20
Tabla 10: Lista de productos importados por Chipre en 2002....22
Tabla 11: Productos principales exportados por Rumanía en 2002, nivel de 2 dígitos....24
Tabla 12: Los productos principales exportados por Rumanía en 2002, nivel SA85 de 4 dígitos....25
Tabla 13 : Los productos principales exportados por Rumanía en 2002, nivel de 6 dígitos....29
Tabla 14 : Comercio actual y capacidad potencial de comercio entre Estonia y Francia en 2002, nivel de 2 dígitos....32
Tabla 15: Comercio actual y capacidad potential de comercio entre Estonia y Francia en 2002, nivel de 6 dígitos....34
Tabla 16: Comercio actual y capacidad potential de comercio entre Egipto y Unión Europea (UE) en 2002....37
Tabla 17: Lista de los mercados importadores de un producto exportado por Eslovenia en 2002....42
Tabla 18: Lista de mercados importadores de un producto exportado por Eslovenia en 2002, Datos espejo....42

Cuadros

Cuadro 1: Perspectivas para la diversificación de proveedores de Refrigeradores en Venezuela en 2002....19
Cuadro 2: Crecimiento de la oferta nacional y la demanda internacional para los productos de exportación de Rumanía en 2002 SA85 4 dígitos....27
Cuadro 3: Crecimiento de la oferta nacional y la demanda internacional para las veinte exportaciones principales de Rumanía en 2002....31
Cuadro 4: Comercio actual y capacidad potential de comercio entre Egipto y Unión Europea (UE) en 2002....39

Anexo

Anexo I: Estadísticas del Comercio Exterior como Base de la Investigación Estratégica de Mercado 41

Abreviaturas

CIF	Costo, seguro y flete
FOB	Franco a bordo
SA	Sistema Armonizado
CCI	Centro de Comercio Internacional de UNCTAD/OMC
PMAs	Países menos Avanzados
m.	millón
NMF	Nación Más Favorecida
p.a.	por año, anual
VUR	valor unitario relativo
SACU	Unión Aduanera del Sur de África
SITC	Clasificación Internacional Estándar del Comercio
IAP	Institución de Apoyo al Comercio
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo
DSNU	División de Estadística de las Naciones Unidas
OMC	Organización Mundial del Comercio

Por favor tomar nota que se actualizan los datos estadísticos de TradeMap todos los años, al igual que en el transcurso del año cuando se recibe nueva información. Estas actualizaciones pueden generar cifras o tendencias diferentes a las que están incluidas en esta Guía para el Usuario, sin embargo los principios y funcionalidades de TradeMap siguen siendo los mismos.

Para mayor información o asistencia, escriba a trademap-usaid@intracen.org.

I. Introducción

La comprensión de la estructura y evolución de los mercados internacionales es fundamental tanto para las compañías como para las instituciones de apoyo al comercio (IAPs). Cuando las compañías orientadas hacia el extranjero estudian el mercado global para encontrar oportunidades para la diversificación de productos y mercados, al igual que proveedores, se ven con la necesidad de responder a las siguientes preguntas:

- **¿Cuál es la estructura del mercado mundial para un producto? ¿Cuáles son las tendencias?**
- **¿ Con qué países comercia mi país actualmente?**
- **¿En dónde se encuentran las oportunidades para la diversificación del mercado?**
- **¿Cuáles son las barreras arancelarias y no-arancelarias al acceso de un mercado específico?**
- **¿Qué países están compitiendo en un mercado específico y globalmente?**

Las IAPs tienen que fijar prioridades en términos de sectores, países socios y enfoques para poder aprovechar los limitados recursos de una manera más eficiente. La investigación estratégica de mercado les ayuda a medir la efectividad del desempeño comercial nacional y sectorial y a identificar a los mercados y productos prioritarios para el desarrollo comercial respondiendo a los siguientes tipos de preguntas:

- **¿Cuáles son los mercados y productos prioritarios para la promoción comercial?**
- **¿Qué países exportan la mayoría de las importaciones de mi país? ¿Qué fuentes alternativas de oferta se encuentran disponibles?**
- **¿En qué áreas tiene mi país una ventaja competitiva?**
- **¿Cuál es el desempeño comercial de mi país?**
- **¿Para qué productos existe el potencial de incrementar el comercio bilateral?**
- **¿Cuáles son los flujos comerciales entre mi país y un grupo regional o económico específico?**

TradeMap fue desarrollada por el Centro de Comercio Internacional de UNCTAD/OMC (CCI) para responder a éstas y otras preguntas relacionadas, con los objetivos explícitos de facilitar la investigación estratégica de mercado, monitorando tanto el desempeño comercial nacional como el de productos específicos, dando a conocer la ventaja comparativa y competitiva, identificando el potencial para la diversificación de mercados o productos, y diseñando y clasificando por prioridades los programas de desarrollo comercial tanto para las compañías como para las instituciones de apoyo al comercio.

Transformando una inmensa cantidad de estadísticas comerciales en un formato accesible, fácil de usar e interactivo basado en la Web, TradeMap le proporciona a los usuarios indicadores sobre el desempeño del mercado o el producto, la demanda, los mercados

alternativos y el rol de los competidores. La información se presenta tanto en tablas, como en cuadros, y permite que se hagan preguntas en base a un producto, país y/o país socio para las exportaciones o importaciones.

La información contenida en TradeMap está basada en la base de datos de estadísticas comerciales más grande del mundo, COMTRADE, mantenida por la División de Estadística de las Naciones Unidas. COMTRADE cubre más del 90% del comercio mundial, lo que permite que TradeMap incluya a más de 200 países y territorios, y 5,300 productos definidos a un nivel de 2, 4 ó 6 dígitos del Sistema Armonizado (SA).

Se encuentran datos disponibles no sólo para los países que reportan sus propios datos comerciales, sino que también para los más de cien países, en su mayoría de bajo ingreso, que no reportan las estadísticas comerciales de su país. El comercio de estos países ha sido reconstruido en base a los datos de los países socios o 'estadísticas espejo'. Aunque este enfoque tiene deficiencias (ver Anexo 1), sirve para generar una gran cantidad de información que de otra forma no estaría disponible. Esta mezcla de estadísticas directas y de 'espejo' proporciona la mejor estimación del mercado mundial para todos los productos.

TradeMap también hace que las barreras arancelarias y no-arancelarias de 133 países sean más transparentes a nivel de partida arancelaria y proporciona información detallada sobre las condiciones de accesión a los mercados bilaterales para todos los productos y países, incluyendo tarifas ad-valorem y específicas, cuotas arancelarias y medidas anti-dumping.

TradeMap se encuentra ahora disponible a los usuarios interesados en un número de países a través de una Institución de Apoyo al Comercio local o una Agencia de Desarrollo de la Exportación. Se puede encontrar una lista completa de los países socios a www.trademap-usaid.org. Para los usuarios en países que todavía no son servidos por un socio, TradeMap se encuentra disponible mediante una suscripción y existe versiones adaptadas en inglés, francés o español para las instituciones de apoyo al comercio. En este caso, una página de Internet especial para subscritores, protegida por una contraseña, permite que grupos con numerosos usuarios realicen conexiones múltiples. Para obtener mayor información, comunicarse por e-mail con CCI a: ***trademap-usaid@intracen.org***.

Figura 1: Página Principal de TradeMap USAID www.trademap-usaid.org

II. Enfoque de Producto

Los dos enfoques principales para usar TradeMap son por producto o por mercado. Desde la perspectiva del producto, algunos de los temas que un usuario puede analizar son la estructura y las tendencias en el mercado mundial, las oportunidades para la diversificación en mercados alternativos o alejándose de las fuentes tradicionales de oferta, y el potencial para la diversificación de productos dentro de las estrategias actuales de promoción comercial para productos específicos.

¿Cuál es la estructura del mercado mundial para un producto?

¿Cuáles son las tendencias?

A. Evaluación del mercado mundial – Avellanas sin cascara de Georgia

Una IAP en Georgia está ayudando a los exportadores de *Avellanas sin cáscara* a comenzar analizando el mercado de importación mundial para este producto. Seleccionando *Avellanas sin cáscara* (arriba) como el producto siendo estudiado y seleccionando 'Importaciones', se generará una lista de los importadores mundiales de este producto (Tabla 1).

Tabla 1: Lista de los países importadores del producto seleccionado en 2002

Producto : 080222 avellanas sin cáscara, frescas o secas, incluso mondadas

Importadores	Total importado en 2002, en miles de US$	Cantidad importada en 2002	Unidad de medida	Valor de unidad (US$/unidad)	Crecimiento anual en valor entre 1998-2002, %	Crecimiento anual en cantidad entre 1998-2002, %	Crecimiento anual en valor entre 2001-2002, %	Participación en las importaciones mundiales, %	Información sobre las barreras arancelarias
Estimación Mundo	544,634	222,119	Toneladas	2,452	-8	6	-11	100	
Alemania	172,794	72,547	Toneladas	2,382	-10	3	-12	31	BANA
Italia	97,672	42,058	Toneladas	2,322	1	19	27	17	BANA
Francia	50,360	20,120	Toneladas	2,503	-10	3	-9	9	BANA
Suiza y Liechtenstein	33,249	11,399	Toneladas	2,917	-11	-1	-26	6	BANA
Bélgica y Luxemburgo	28,450	11,873	Toneladas	2,396	-5	9	-46	5	BANA
Estados Unidos de América	17,973	6,309	Toneladas	2,849	-5	6	-3	3	BANA
Polonia	13,209	5,476	Toneladas	2,412	-1	14	8	2	BANA
España	12,878	5,747	Toneladas	2,241	-5	9	-19	2	BANA
Austria	9,219	3,603	Toneladas	2,559	-16	-9	-18	1	BANA
Países Bajos (Holanda)	8,945	3,486	Toneladas	2,566	-3	9	-14	1	BANA
Grecia	7,969	3,530	Toneladas	2,258	-1	14	-30	1	BANA
Reino Unido	6,596	2,444	Toneladas	2,699	-17	-7	-13	1	BANA

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Siguiente Países exportadores Regiones importadores Menú de selección Ayuda

Una de las características particulares de TradeMap es la inclusión de la *estimación* Mundial, la primera línea de la Tabla 1, que representa la suma de los países reportantes y no reportantes para el *Avellanas sin cáscara* y ofrece una idea general del mercado global de importación.

En este ejemplo, el mercado mundial de importación de *Avellanas sin cascara* tiene un valor de US$ 545 millones en 2002 con una reducción en valor anual de 8% en el período 1998 – 2002 y una reducción en valor de 11% en el período 2201 – 2002. También podemos observar que el mercado está predominantemente concentrado en Europa. Australia, el 13° importador representa solo 1% de las importaciones mundiales. La diferencia entre el crecimiento promedio en valor (-8%) y el crecimiento promedio en volumen (6%) muestra claramente una baja en precio mundial de las *Avellanas sin cáscara*.

Para evaluar a los países que compiten con Georgia en la exportación de *Avellanas sin cáscara,* la IAP oprimiría Países exportadores al pie de la Tabla 1, con lo cual se genera una lista de exportadores de *Avellanas sin cáscara* (ver Tabla 2).

Tabla 2: Lista de los países exportadores del producto seleccionado en 2002

Producto : 180610 cacao en polvo, azucarado o edulcorado de otro modo

Exportadores	Total exportado en 2002, en miles de US$	Cantidad exportada en 1998	Unidad de medida	Valor de unidad (US$/unidad)	Crecimiento anual en valor entre 1998-2002, %	Crecimiento anual en cantidad entre 1998-2002, %	Crecimiento anual en valor entre 2001-2002, %	Participación en las exportaciones mundiales, %	Incluído en Comtrade en 2002
Estimación Mundo	500,013	212,820	Toneladas	2,349	-7	7	-16	100	
Turquía	369,051	161,181	Toneladas	2290	-8	7	-24	73	Y
Italia	64,110	22,925	Toneladas	2,797	-8	2	59	12	Y
Azerbaiyán	13,816	7,131	Toneladas	1,937	-2	3	44	2	Y
España	10,433	4,063	Toneladas	2,568	-13	-1	4	2	Y
Alemania	8,769	3,030	Toneladas	2,894	-7	2	4	1	
Francia	7,244	2,723	Toneladas	2660	23	41	80	1	Y
Países Baios (Holanda)	5,787	2,013	Toneladas	2,875	8	22	-24	1	Y
Georgia	4,085	2,541	Toneladas	1,608	9	35	-35	0	
Estados Unidos de América	1,774	526	Toneladas	3,373	-26	-28	-52	0	Y
Hong Kong (re-exportación)	1,130	1,444	Toneladas	783	69	114	15	0	Y
Austria	924	286	Toneladas	3,231	-29	-23	108	0	Y
Polonia	911	335	Toneladas	2,719			244	0	Y

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Siguiente Países importadores Menú de selección Ayuda

La Tabla 2 muestra el mercado de exportación mundial para el *Avellanas sin cáscara.* La IAP en Georgia puede ver que sus exportadores cuentan con una participación del 1% de las exportaciones mundiales con una tasa de crecimiento anual de 9%, arriba del reduccion anual del mercado mundial de 7% para el período 1998-2002. El crecimiento en la cantidad exportada de Georgia al resto del mundo también está creciendo (35% p.a.) a un ritmo mayor que su crecimiento en el valor exportado, lo que indica una baja en los precios en dólares de los Estados Unidos de América.

El exportador más grande de *Avellanas sin cáscara* es la Turquía con una participación del 73% del mercado mundial, y con una reduccion anual de 8% durante el período. Por otro lado, la cantidad de exportaciones de Turquía crecio 7% anualmente en el mismo período. Esto muestra claramente la caída del precio (en USD) de las exportaciones de *avellanas* turcas.

Gran parte de la discrepancia entre el valor mundial estimado presentado en el lado de las importaciones (Tabla 1) y el presentado en el lado de las exportaciones (Tabla 2) puede ser explicada por la diferencia CIF-FOB (Costo Seguro Flete –Franco a Bordo). Generalmente, los países reportan las importaciones en términos CIF y las exportaciones en términos FOB. Para averiguar más sobre la interpretación de las estadísticas comerciales ver el Anexo I.

Apuntes Aclaratorios para las Tablas 1 y 2

Importadores (Exportadores): Los nombres de los países son clasificados por el total importado (exportado).

El total importado (exportado) en 2002, en miles de US$: El total importado (exportado) en 2002 en miles de US$ según lo reportado por los países a la base de datos o según calculados con estadísticas espejo.

Cantidad importada (exportada): Con respecto a la cantidad espejo, es posible obtener diferentes unidades de cantidad dependiendo de los países reportantes.

Unidad de medida: La unidad utilizada para reportar las cantidades.

Valor de unidad: Precio por unidad en dólares de los EE.UU.

Crecimiento anual en valor entre 1998-2002 de las importaciones (exportaciones) como porcentaje: Se calcula esta tendencia utilizando el método de los mínimos cuadrados. Si un país no reporta los datos comerciales en 2002, el cálculo de las tendencias se basa en estadísticas espejo. No se calcula la tendencia en casos donde no se pudo obtener los datos del país reportante para un período de por lo menos cuatro años.

Crecimiento anual en cantidad entre 1998-2002 de las importaciones (exportaciones) como un porcentaje: Esta tendencia se calcula con el mismo método utilizado para calcular las tendencias anuales del valor.

Crecimiento anual en valor entre 2001-2002 de las importaciones (exportaciones) como porcentajes: Este crecimiento es un complemento adecuado para la tendencia de 5 años, indicando si las tendencias de crecimiento han sido estables o volátiles durante los 5 años y mostrando el desempeño del país durante los últimos dos años.

Participación del mercado en las importaciones (exportaciones) mundiales como un porcentaje: Este indicador toma en cuenta a todos los países, sin importar si reportaron o no.

Tabla 1 Información sobre las barreras arancelarias y no-arancelarias: Información respecto a las barreras arancelarias y no-arancelarias a nivel partida arancelaria (o sea, 6-, 8-, ó 10 dígitos dependiendo del país).

Tabla 2 Reporte a COMTRADE: La "Y" indica cuáles son los países que han reportado sus datos comerciales a la base de datos de COMTRADE en 2002. Si no hay ninguna anotación, ese país no reportó y los datos se basan en las estadísticas espejo.

¿Cuáles son los mercados prioritarios para la promoción comercial?

B. Identificar los nuevos mercados de exportación – Filetes de pescado de Uganda

Tal vez un exportador de *Filetes de pescado* de Uganda desee examinar las oportunidades para la diversificación de los mercados de exportación. En TradeMap, el exportador seleccionaría Uganda (arriba) como el mercado y *Filetes de pescado* como el producto siendo examinado.

En la selección de un mercado potencial para la exportación se encuentran involucrados varios pasos iniciales (presentados en las siguientes páginas). El exportador debe revisar sus exportaciones actuales a países socios para medir el desempeño actual de Uganda. Después, debe identificar a los importadores principales de *Filetes de pescado* para ver qué otro país está importando, en dónde están clasificados los países socios como países importadores, y qué otros países podrían ser mercados potenciales. Luego, el exportador debe averigúar cuáles son las barreras de acceso á estos mercados potenciales y cuáles son los países que los abastecen actualmente.

¿Con cuáles países comercia actualmente mi país?

1. Estudiar las exportaciones actuales a otros países

Como primer paso, el exportador de Uganda de *Filetes de pescado* podría usar TradeMap para ver cuáles países importan *Filetes de pescado* de Uganda. Una vez ha seleccionado en TradeMap *Filetes de pescado,* el exportador seleccionaría 'Exportación" para ver la Tabla 3.

Las importaciones mundiales de Uganda de *Filetes de pescado* totalizaron US$ 37 millones. Bélgica es el mayor importador de Uganda consumiendo 48% de sus exportaciones de *Filetes de pescado,* mientras que Bélgica únicamente consume 6% del total de las exportaciones mundiales y se encuentra clasificada en el 5 lugar entre los importadores mundiales.

Por otra parte, los Estados Unidos de América es el mayor mercado importador mundial, con una participación del 45% de las importaciones mundiales, pero es el quinto importador mayor de Uganda con una participación de 2% de las exportaciones de *Filetes de pescado* de Uganda. Las exportaciones de Uganda a los EE.UU. han disminuido durante el período 1998-2002 (35% anual), al tiempo que las importaciones de los EE.UU. del mundo crecieron 17% p.a. También vemos que por el séptimo importador más grande, el Reino Unido, las importaciones de *Filetes de pescado* crecieron a un 66% p.a. durante el período 1998-2002. El Reino Unido consumió el 3% de la fuente de Filetes de pescado del mundo y menos que el 1% de esos vinieron de Uganda.

Tabla 3: Lista de mercados importadores de un producto exportado por Uganda en 2002

Producto : 030410 filetes y demas carnes de pescado frescos o refrigerados

Las exportaciones de Uganda representan el 2% de las exportaciones mundiales de este producto; su posición relativa en las exportaciones mundiales es 11

Importadores	Valor de las exportaciones 2002 en miles de US$	Participación en las exportaciones de Uganda , %	Cantidad exportada en 2002	Unidad de medida	Valor de unidad (US$/unidad)	Crecimiento anual de las exportaciones en valor entre 1998-2002, %	Crecimiento anual de las exportaciones en cantidad entre 1998-2002, %	Crecimiento anual de las exportaciones en valor entre 2001-2002, %	Posición relativa de los socios comerciales en las importaciones mundiales	Participación de los socios comerciales en las importaciones mundiales, %	Crecimiento anual de las importaciones totales en valor por socio comercial entre 1998-2002, %
Mundo	36,818	100	9,202	Toneladas	4,001	10	26	18			9
Bélgica y Luxemburgo	17,535	48	4,308	Toneladas	4,070	45	35	78	5	5	6
España	5,344	15	1,416	Toneladas	3,774			82	8	3	4
Italia	2,652	7	661	Toneladas	4,012			-12	4	5	12
Estados Unidos de América	836	2	228	Toneladas	3,667	-35	31	-35	1	45	17
Emiratos Árabes Unidos	619	2	123	Toneladas	5,033	35	6	50	26	0	47
Alemania	88	0	23	Toneladas	3,826			-84	2	7	-4
Egipto	71	0	30	Toneladas	2,367			-38	57	0	-33
Australia	68	0	32	Toneladas	2,125				28	0	2
Reino Unido	47	0	13	Toneladas	3,615	66		-94	7	3	17

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Regiones socios | Países exportadores | Países importadores (SH4) | Productos similares (SH6) exportados por Uganda | Productos similares (SH4) exportados por Uganda | Exportadores mundiales | Importadores mundiales | Datos espejo | Menú de selección | Gráfico | Ayuda

El menú de selección al pie de la Tabla 3 ofrece la opción de ver: Regiones socios igual que países socios, una lista de los mercados que proveen *Filetes de pescado* a Uganda (Países exportadores), una lista de Países importadores (SH4) nivel de 4 dígitos, Productos similares (SH6) exportados por Uganda, nivel de 6 dígitos, Productos similares (SH4) exportados por Uganda nivel de 4 dígitos, una lista de Exportadores mundiales o Importadores mundiales de *Filetes de pescado, la opción para ver la Tabla* según reportado por las importaciones del país socio (Datos espejo) y la capacidad de crear un cuadro con los datos (Gráfico) que serán descritos en detalle más adelante.

Apuntes Aclaratorios para la Tabla 3

Importadores: Los nombres de los países se encuentran clasificados por el valor exportado.

Valor exportado en 2002, en miles de US$: Valor exportado en 2002 en miles de US$ según lo reportado por el país seleccionado o según lo reportado por el país socio (cuando el país seleccionado no reporta los datos comerciales).

Participación en las exportaciones de Uganda como un porcentaje: Participación de los países socios en las exportaciones del país meta.

Cantidad exportada: Cantidad exportada en 2002. En lo que se refiere a la cantidad espejo, es posible obtener unidades de cantidad diferentes dependiendo de los países reportantes.

Unidad de medida: La unidad utilizada para reportar las cantidades.

Valor de unidad: Precio en US$ por unidad.

Tendencia anual de las exportaciones en valor entre 1998-2002 como un porcentaje: Esta tendencia se calcula utilizando el método de los mínimos cuadrados. Si un país no reporta datos comerciales en 2002, el cálculo de la tendencia se basa en las estadísticas espejo. No se calcula ninguna tendencia en los casos donde no se encuentran disponibles datos del país reportante para un período de por lo menos 4 años.

Tendencia anual de las exportaciones en cantidad entre 1998-2002 como un porcentaje: Esta tendencia se calcula con el mismo método utilizado en el cálculo de las tendencias anuales en valor. Es interesante comparar el crecimiento en valor y el crecimiento en cantidad para tener una indicación del crecimiento en los precios en US$

Crecimiento anual en valor de las exportaciones entre 2001-2002 como un porcentaje: Este crecimiento es un buen complemento de la tendencia de 5 años, indicando si las tendencias de crecimiento han sido estables o volátiles durante los 5 años y mostrando el desempeño del país en los últimos dos años.

Clasificación de los países socios en las importaciones mundiales: Esto indica la clasificación mundial del país socio como un importador. Con este indicador, es posible saber si el país seleccionado comercia con los mercados principales por el producto seleccionado.

Participación del mercado en las importaciones mundiales como un porcentaje: Esto indica la participación mundial que representa el país socio como un importador del producto seleccionado.

Crecimiento anual total en valor de las importaciones de los países socios entre 1998-2002 como un porcentaje: Esto indica el crecimiento global de las importaciones del país socio para el producto seleccionado. Este indicador se calcula en base a los datos reportados por el mercado meta. Este indicador combinado con la tendencia en valor de las exportaciones, calculado arriba, le permite ver si el país siendo estudiado ha aumentado o no su participación en el mercado del país socio.

¿En dónde existen oportunidades para la diversificación de mercado?

2. Identificar los principales importadores mundiales

Ahora que el exportador de Uganda de *Filetes de pescado* tiene una idea de los socios actuales de Uganda y de qué lugar ocupan en sus exportaciones, puede ver cuáles países representan los principales mercados de importación a nivel mundial. El exportador seleccionaría Importadores mundiales al pie de la Tabla 3 para generar la Tabla 4.

Tabla 4: Lista de los países importadores del producto seleccionado en 2002

Producto : 030410 filetes y demas carnes de pescado frescos o refrigerados

Importadores	Total importado en 2002, en miles de US$	Cantidad importada en 2002	Unidad de medida	Valor de unidad (US$/unidad)	Crecimiento anual en valor entre 1998-2002, %	Crecimiento anual en cantidad entre 1998-2002, %	Crecimiento anual en valor entre 2001-2002, %	Participación en las importaciones mundiales, %	Información sobre las barreras aran
Estimación Mundo	1,762,749	340,884	Toneladas	5,171	9	7	4	100	
Estados Unidos de América	807,765	137,652	Toneladas	5,868	17	21	8	45	BANA
Alemania	140,607	46,348	Toneladas	3,034	-4	-6	-21	7	BANA
Francia	132,844	24,628	Toneladas	5,394	-5	-5	7	7	BANA
Italia	103,355	18,175	Toneladas	5,687	12	15	18	5	BANA
Bélgica y Luxemburgo	91,097	16,484	Toneladas	5,526	6	8	18	5	BANA
Países Bajos (Holanda)	81,034	16,252	Toneladas	4,986	27	17	30	4	BANA
Reino Unido	68,323	10,223	Toneladas	6,683	17	16	-12	3	BANA
España	59,179	10,744	Toneladas	5,508	4	3	-1	3	BANA
Suiza y Liechtenstein	56,631	6,708	Toneladas	8,442	-1	1	2	3	BANA
Suecia	48,933	10,102	Toneladas	4,844	13	15	40	2	BANA
Japón	45,496	5,382	Toneladas	8,453	-2	-7	-11	2	BANA
Canadá	28,711	5,629	Toneladas	5,101	30	28	1	1	BANA

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Siguiente | Países exportadores | Regiones importadores | Menú de selección | Ayuda

La Tabla 4 muestra los países que importan *Filetes de pescado,* el valor y la cantidad importada, la unidad de medida, el valor de unidad, la tasa de crecimiento, la participación en el mercado global y las barreras arancelarias y no-arancelarias para cada país incluido en la lista. Debido a que Reino Unido es un mercado en crecimiento (17% p.a.) podría ser una perspectiva interesante para el exportador de Uganda. Sin embargo, al tomar en cuenta la tasa de crecimiento durante el período 2001-2002 (-12%) se debe tener precaución con la interpretación de la tasa de 5 años, ya que la caída de 12% anual podría señalar ya sea una disminución en el año venidero o que la tendencia de 5 años es volátil (ver Anexo 1).

Oprimiendo Reino Unido, el exportador puede ver la lista de países exportadores del producto importado por Reino Unido.

Apuntes Aclaratorios para la Tabla 4

Importadores: Los nombres de los países se encuentran clasificados por el total importado.

Total importado en 2002, en miles de US$: Estas cifras son reportadas por los países a la base de datos de COMTRADE o según se calculan con las estadísticas espejo.

Cantidad importada en 2002: Con respecto a la cantidad espejo, si los países reportantes usan diferentes unidades para la cantidad, no se presentará ninguna cantidad.

Unidad de medida: La unidad utilizada para reportar las cantidades.

Valor de unidad: Precio en US$ por unidad.

Crecimiento anual en valor entre 1998-2002 de las importaciones como un porcentaje: Esta tendencia se calcula utilizando el método de los mínimos cuadrados. Si un país no reporta datos comerciales en 2002, el cálculo de la tendencia se basa en las estadísticas espejo. No se calcula ninguna tendencia en los casos donde no se encuentran datos disponibles para el país reportante para un período de por lo menos cuatro años.

Crecimiento anual en cantidad entre 1998-2002 de las importaciones como un porcentaje: Esta tendencia se calcula con el mismo método utilizado para calcular el crecimiento anual del valor.

Crecimiento anual en valor entre 2001-2002 de las importaciones como un porcentaje: Este crecimiento es un complemento adecuado para la tendencia de 5 años, indicando si las tendencias de crecimiento han sido estables o volátiles durante los 5 años y mostrando el desempeño del país durante los últimos dos años.

Participación en las importaciones mundiales como un porcentaje: Este indicador toma en cuenta todos los países, sin importar si han reportado o no.

Información sobre las barreras arancelarias y no-arancelarias: Información sobre las barreras arancelarias y no-arancelarias al nivel de partida arancelaria (o sea, 6, 8 o 10 dígitos dependiendo del país).

¿Cuáles son las barreras arancelarias y no-arancelarias al acceso que existen en un mercado específico?

3. Examinar las barreras al acceso del mercado en los países socios

TradeMap también contiene información respecto a las barreras arancelarias y no-arancelarias a nivel de partida arancelaria, obtenida de fuentes nacionales y abarca las tarifas, para-tarifas, el control de precios, medidas de financiación, medidas de licenciamiento automático, controles de calidad, medidas monopolísticas y medidas técnicas. Con esta información, se puede medir el acceso a cualquier mercado potencial. Oprimiendo BANA en la Tabla 4 para Reino Unido se obtiene la Tabla 5.

La tabla 5 proporciona una lista de los productos para los cuales TradeMap contiene datos sobre las barreras arancelarias y no-arancelarias para el mercado seleccionado. Los códigos de producto en esta tabla corresponden al arancel de aduanas nacional del país importador, en este caso el arancel de aduanas de la Unión Europea según lo aplicado en el Reino Unido.

Tabla 5 La información sobre las barreras arancelarias y no-arancelarias aplicadas por Reino Unido está disponible

Código	Denominación
0304101110	Trout (Salmo gairdneri)
0304101190	Other
0304101311	Wild
0304101321	Whole fish fillets, more than 300 g each
0304101329	Other fish fillets or fillet portions, 300 g or less each
0304101390	Other
0304101920	Of eels (Anguilla spp)
0304101930	Of carp
0304101940	Of trout (Oncorhynchus apache and Oncorhynchus chrysogaster)

Seleccionando el código de producto *0304101321 Filetes de pescado* de la Tabla 5, el exportador genera la Tabla 6 que demuestra las barreras arancelarias y no-arancelarias reportadas por el Reino Unido para este producto. Para los casos en los cuales la línea arancerlaria nacional corresponde exactamente al código de producto del dígito SA-6, la lista que aparece en la Tabla 5 es innecesaria, y TradeMap procederá directamente a la información sobre las barreras al acceso del mercado demostradas abajo como Tabla 6.

La Tabla 6 indica que el exportador de Uganda enfrenta unos derechos nmf (aplicados) de 2% sobre los *Filetes de pescado*, pero, porque Uganda está entre el grupo de países de África, del Caribe y del Pacífico (ACP) según declarado por la Unión Europea, Uganda beneficia de un acuerdo comercial preferencial y incluso se sujeta a una arancelaria de cero.

Al seleccionar Notas del país, al pie de la Tabla 5, se obtendrán apuntes más detallados sobre el país cuyas barreras al acceso del mercado están siendo examinadas (en este caso Reino Unido) para todos los productos, incluyendo información como la duración de la barrera, la cobertura del país, disposiciones especiales, reglas de origen y países

favorecidos. Al seleccionar Notas explicativas se obtienen definiciones más amplias de las barreras al acceso específicas cubiertas.

Tabla 6: Medidas arancelarias (2001) y no-arancelarias (1999) reportados por Reino Unido

para el producto: 0304101321 *Filetes de pescado*

Medidas arancelarias y no-arancelarias	Arancel equivalent ad-valorem	Arancel no ad-valorem	Acuerdo con los siguientes países	Medidas no-arancelarias o descripción del producto
Derechos nmf (aplicados)	2%			
SGP para los países menos adelantados	0%			
Todo menos las armas	0%			
Acuerdos preferenciales para los países y territorios de ultramar	0%			
Acuerdos preferenciales para los países EEA	2%			
Acuerdos preferenciales para los paises ACP	0%			
Acuerdos preferenciales para los países luchando contra las drogas	0%			
Acuerdos preferenciales para el Marrueco	0%			
Acuerdos preferenciales para la Tunisia	0%			
Acuerdos preferenciales para la Argelia	0%			
Acuerdos preferenciales para Andorra	0%			
Acuerdos preferenciales para Cyprus	0%			
Acuerdos preferenciales para Turquia	0%			
Acuerdos preferenciales para Macedonia	0%			
Acuerdos preferenciales para Méjico	0%			
Acuerdos preferenciales para Croacia	0%			

Fuente: Base de datos TRAINS (UNCTAD) y Market Access Map (CCI)
Nota: Favor de refirse a las notas explicativas concernientesa los métodos de recolección y confiabilidad de los datos.

Lista de mercados oferentes en Reino Unido | Exportadores mundiales | Importadores mundiales | Menu de selección | Notas del país | Notas explicativas

¿Qué países están compitiendo en un mercado específico y globalmente?

4. Analizar el desempeño del competidor

Oprimiendo Lista de mercados oferentes en Reino Unido en la Tabla 6, se puede obtener más información acerca de los países exportadores de *Filetes de pescado* al mercado de Reino Unido (ver Tabla 7). Esto permite que el exportador de Uganda sepa quiénes son los jugadores principales en el mercado de Reino Unido para *Filetes de pescado,* como por ejemplo Islandia. La tabla también mostrará si el mercado de Reino Unido ya está importando de algún vecino de Uganda, lo que podría significar una penetración más fácil para sus exportadores. En este caso, sin embargo, es evidente que los abastecedores principales de *Filetes de pescado* de Reino Unido son en su mayoría países del Europa y Asia.

Una vez identifica el exportador de Uganda en qué países operan los competidores principales para la exportación a Reino Unido, puede investigar más a fondo para averiguar qué clases de ventajas podría tener, por ejemplo, logísticas, tratados, nexos políticos, etc. En este caso, Islandia es un país cercano con costos de transporte relativamente bajos comparado a Uganda.

Tabla 7: Lista de mercados exportadores de un producto importado por Reino Unido en 2002

Producto : 030410 filetes y demas carnes de pescado frescos o refrigerados
Las importaciones de Reino Unido representan el 3% de las importaciones mundiales de este producto; su posición relativa en las importaciones mundiales es 7

Exportadores	Valor de las importaciones 2002 en miles de US$	Participación en las importaciones de Reino Unido , %	Cantidad importada en 2002	Unidad de medida	Valor de unidad (US$/ unidad)	Crecimiento anual de las importaciones en valor entre 1998-2002, %	Crecimiento anual de las importaciones en cantidad entre 1998-2002, %	Crecimiento anual de las importaciones en valor entre 2001-2002, %	Posición relativa de los socios comerciales en las exportaciones mundiales	Participación de los socios comerciales en las exportaciones mundiales , %	Crecimiento anual de las exportaciones totales en valor por socio comercial entre 1998-2002, %
Mundo	68,323	100	10,223	Toneladas	6,683	17	16	-12			9
Islandia	38,609	57	4,838	Toneladas	7,980	22	25	9	6	5	11
Sri Lanka	9,464	14	1,749	Toneladas	5,411	64	54	34	88	0	
Indonesia	4,051	6	566	Toneladas	7,157	27	22	14	22	0	13
Estados Unidos de América	2,230	3	344	Toneladas	6,483	34	29	8	17	1	15
Maldivas	2,136	3	278	Toneladas	7,683	95	73	23	79	0	
Dinamarca	1,983	3	368	Toneladas	5,389	75	47	-73	3	10	-1
Noruega	1,899	3	425	Toneladas	4,468	52	34	76	5	6	-5
Islas Feroe	1,521	2	326	Toneladas	4,666	-38	-37	-34	30	0	-31
Seychelles	1,467	2	179	Toneladas	8,196	18	19	19			
Francia	1,386	2	248	Toneladas	5,589	8	27	-61	14	1	-5
Chile	790	1	348	Toneladas	2,270	13	40	-45	1	23	18
Ecuador	584	1	78	Toneladas	7,487	-22	-27	-48	12	1	

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Barreras comerciales | Regiones socios | Países importadores | Países exportadores (SH4) | Productos similares (SH6) importados por Reino Unido | Productos similares (SH4) importados por Reino Unido | Exportadores mundiales | Importadores mundiales | Datos espejo | Menú de selección | Gráfico

Apuntes Aclaratorios para la Tabla 7

Exportadores: Países socios clasificados por el valor exportado.

Valor importado en 2002 en miles de US$: Esta cifra es la reportada por el país seleccionado o según lo reportado por el país socio, cuando el país seleccionado no reporta datos comerciales.

Participación en las importaciones del país socio como un porcentaje: Participación de los países socios en las importaciones del país meta.

Cantidad importada en 2002: Con respecto a la cantidad espejo, es posible tener diferentes unidades de cantidad dependiendo de los países reportantes.

Unidad de medida: La unidad utilizada para reportar las cantidades.

Valor de unidad: Precio en US$ por unidad.

Tendencia anual del valor de las importaciones entre 1998-2002 como un porcentaje: Esta tendencia se calcula utilizando el método de los mínimos cuadrados. No se calcula ninguna tendencia en los casos donde los datos del país reportante no se encuentran disponibles para un período de por lo menos cuatro años.

Tendencia anual de la cantidad de las importaciones entre 1998-2002 como un porcentaje: Esta tendencia se calcula con el mismo método utilizado para calcular las tendencias del valor anual.

Crecimiento anual en valor de las importaciones entre 2001-2002 como un porcentaje: Este crecimiento es un buen complemento para la tendencia de 5 años, indicando si las tendencias de crecimiento han sido estables o volátiles durante los 5 años y mostrando el desempeño del país durante los últimos dos años.

Posición relativa de los socios comerciales en las exportaciones mundiales: La clasificación mundial del país socio como un exportador. Con este indicador se puede saber si el país seleccionado comercia con los mercados principales por el producto seleccionado y cómo se encuentran clasificados estos mercados dentro del país que está siendo estudiado.

Participación de los socios comerciales en las exportaciones mundiales como un porcentaje: La participación mundial que el país socio representa como un exportador del producto seleccionado.

Crecimiento anual de las exportaciones totales en valor por socio comercial entre 1998-2002 por año como un porcentaje: El crecimiento de las exportaciones del país socio hacia el país meta durante el período; no debe confundirse con un incremento en la participación en el mercado.

¿Qué países exportan la mayor parte de los productos que mi país importa?

¿Qué fuentes alternativas de oferta se encuentran disponibles?

C. Identificar nuevas fuentes de oferta – Refrigeradores para Venezuela

TradeMap también proporciona indicaciones para los importadores en materia de diversificación de proveedores. Un importador de *Refrigeradores* en Venezuela tal vez esté interesado en investigar la posibilidad de diversificar sus proveedores. El importador selecciona Venezuela como el país a ser estudiado y *Refrigeradores,* como el producto siendo estudiado (arriba). Seleccionando después 'Importaciones', se genera una lista de los mercados que abastecen de *Refrigeradores* a Venezuela (ver Tabla 8).

Tabla 8: Lista de los mercados exportadores de un producto importado por Venezuela en 2002

Producto : 841821 refrigeradores de uso domestico de compresion
Las importaciones de Venezuela representan el 0% de las importaciones mundiales de este producto; su posición relativa en las importaciones mundiales es 31

Exportadores	Valor de las importaciones 2002 en miles de US$	Participación en las importaciones de Venezuela, %	Cantidad importada en 2002	Unidad de medida	Valor de unidad (US$/unidad)	Crecimiento anual de las importaciones en valor entre 1998-2002, %	Crecimiento anual de las importaciones en cantidad entre 1998-2002, %	Crecimiento anual de las importaciones en valor entre 2001-2002, %	Posición relativa de los socios comerciales en las exportaciones mundiales	Participación de los socios comerciales en las exportaciones mundiales, %	Crecimiento anual de las exportaciones totales en valor por socio comercial entre 1998-2002, %
Total	12,759	100	0	No medida		-14		-64			3
Colombia	5,435	43	1,722	Toneladas	3,156	1	6	-69	29	0	14
México	2,951	23	3,143	Toneladas	939	-20	10	-59	4	10	12
Estados Unidos de América	2,437	19	4,442	Unidad	549	-30	-30	-59	10	2	-20
Perú	807	6	264	Toneladas	3,057	80	84	-48	41	0	-5
Ecuador	634	5	166	Toneladas	3,819	188	190	-62	54	0	10
Turquía	209	2	77	Toneladas	2,714			354	3	10	20
India	70	1	465	Unidad	151	66	83	-61	31	0	66
Estados Unidos de América (re-exportación)	69	1	160	Unidad	431			17	39	0	18
China	44	0	545	Unidad	81	1	2	-75	2	10	43

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Barreras comerciales | Regiones socios | Países importadores | Países exportadores (SH4) | Productos similares (SH6) importados por Venezuela | Productos similares (SH4) importados por Venezuela | Exportadores mundiales | Importadores mundiales | Menú de selección | Gráfico | Ayuda

La Tabla 8 muestra que Colombia, con 43% del mercado de importación de Venezuela para *Refrigeradores*. Esto se puede ver observando el crecimiento de las exportaciones de Colombia hacia el mundo (14% p.a.) durante el período 1998-2002, mientras que el crecimiento de las importaciones de Venezuela de Colombia (1% p.a.). La tabla también muestra que China, el tercer exportador a nivel mundial, controla menos del 1% del mercado de Venezuela para *Refrigeradores.* Aunque las importaciones de Venezuela de China han experimentado un crecimiento anual del 1% durante el período y el crecimiento en exportaciones hacia el mundo de China ha sido 43% anual durante el período de 5 años.

También podemos ver que el valor unitario de los *Refrigeradores* de China es significativamente menor que el de los de Colombia. Si los costos de transporte no fueran prohibitivos, China podría ser un proveedor alternativo viable. También sería interesante investigar por qué el mayor exportador mundial (columna 9) no se encuentra entre los proveedores principales de Venezuela o qué otros países latinoamericanos exportan *Refrigeradores*.

Apuntes Aclaratorios para la Tabla 8

Exportadores: Los nombres de los países están clasificados por el valor importado.

Total importado en 2002, en miles de US$: El total importado en 2002 en miles de US$ según lo reportado por el país seleccionado o según lo reportado por el país socio (cuando el país seleccionado no reporta los datos comerciales)

Participación en las importaciones de Venezuela como un porcentaje: Participación de los países socios en las importaciones del país meta (Venezuela).

Cantidad importada: Cantidad importada en 2002. Con respecto a la cantidad espejo, es posible obtener diferentes unidades de cantidad dependiendo de los países reportantes.

Unidad de medida: La unidad utilizada para reportar las cantidades.

Valor de unidad: Precio en US$ por unidad.

Tendencia anual de las importaciones en valor entre 1998-2002 como un porcentaje: Esta tendencia se calcula utilizando el método de los mínimos cuadrados. Si un país no reporta datos en 2002, el cálculo de la tendencia se basa en las estadísticas espejo. No se calcula ninguna tendencia en los casos donde no hay datos disponibles del país reportante para un período de por lo menos cuatro años.

Tendencia anual en la cantidad de las importaciones entre 1998-2002 como un porcentaje: Esta tendencia se calcula con el mismo método utilizado en el cálculo de las tendencias anuales del valor.

El crecimiento anual en valor de las importaciones entre 2001-2002 como un porcentaje: Este crecimiento es un buen complemento para la tendencia de 5 años, indicando si las tendencias del crecimiento han sido estables o volátiles durante los 5 años y muestran el desempeño del país durante los últimos dos años.

Posición relativa de los socios comerciales en las exportaciones mundiales: Esto indica la clasificación mundial del país socio como un exportador. Con este indicador, es posible saber si el país seleccionado comercia con los proveedores principales del producto seleccionado.

Participación del mercado en las exportaciones mundiales como un porcentaje: Esto indica la participación mundial que el país socio representa como un exportador del producto seleccionado.

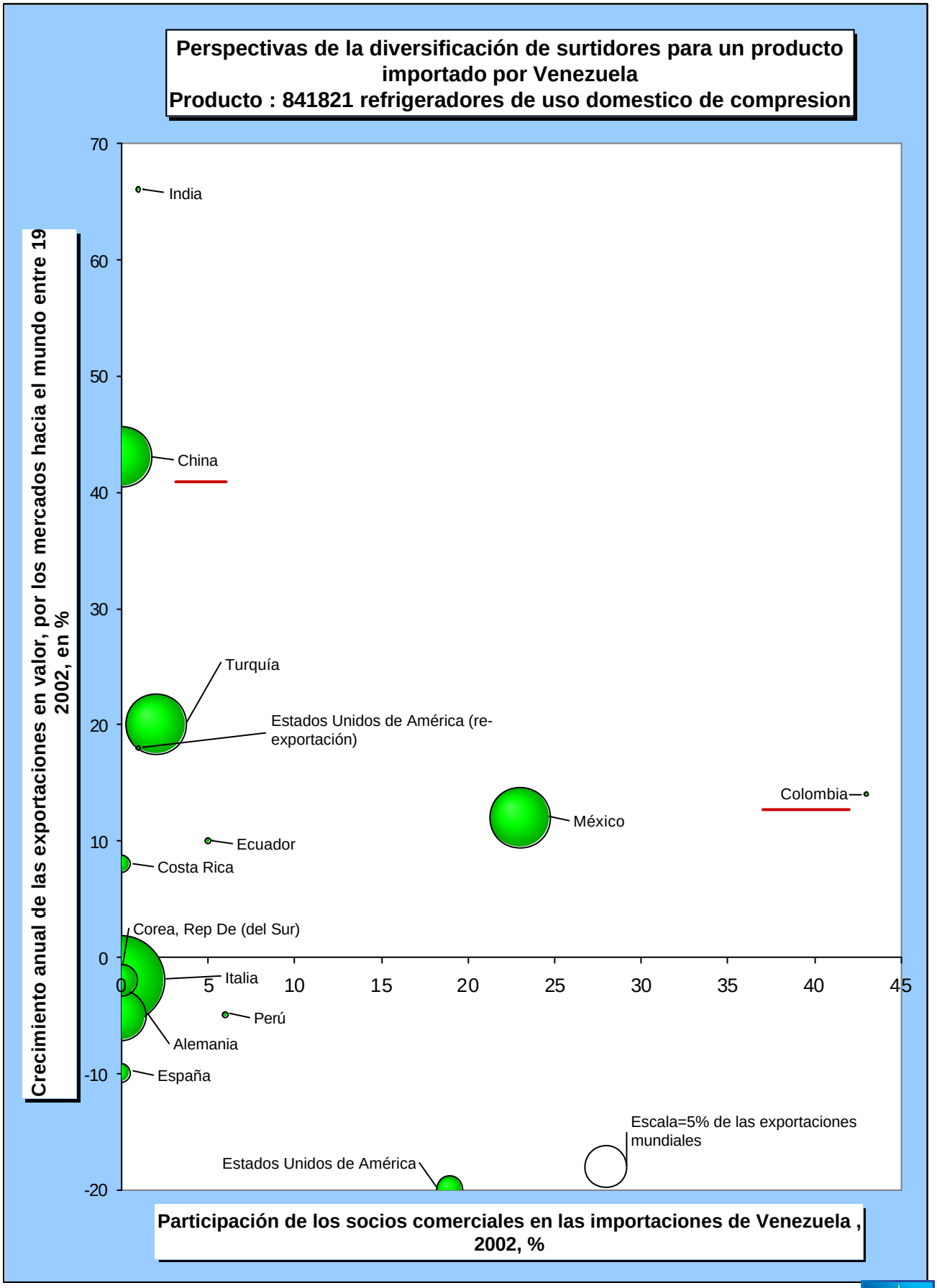
Crecimiento anual total en valor de las exportaciones de los países socios entre 1998-2002 como un porcentaje: Esto indica el crecimiento de la exportación global del país socio para el producto seleccionado. Este indicador se calcula con los datos reportados por el mercado meta. Este indicador combinado con la tendencia del valor de las importaciones, calculado arriba, le permite ver si el país socio ha incrementado o no su participación en el mercado del país siendo estudiado.

La información presentada en la Tabla 8 también se encuentra disponible en el formato de cuadro de burbuja (ver Cuadro 1). El Cuadro 1 presenta el **crecimiento de los principales mercados socios de Venezuela** para los *Refrigeradores* **(en la línea vertical)** comparado

con la **participación de los mercados socios (en la línea horizontal),** proporcionando una visión general de las perspectivas para la diversificación de los proveedores.

El Cuadro 1 ilustra que Colombia, según lo arriba indicado, comanda una parte significativa del mercado de Venezuela para *Refrigeradores* (43%), pero su participación en las exportaciones mundiales es pequeña (< 1%) aunque tiene un crecimiento razonable en sus exportaciones al mundo (14%). China exhibe un crecimiento significativo en las exportaciones (43% p.a.), pero una participación relativamente pequeña en las importaciones de Venezuela (< 1%).

Cuadro 1: Perspectivas para la diversificación de proveedores de Refrigeradores en Venezuela en 2002



Nota: El tamaño de los círculos corresponde a la participación del mercado (%), en las exportaciones mundiales.
Fuente: Cálculos del CCI basados en las estadísticas de COMTRADE.

¿Cuáles son los productos prioritarios para la promoción comercial?

D. Estudio del potencial para la diversificación de productos – Prendas de vestir de Marruecos

Un exportador de *Pantalones de algodón para hombres/niños* en la Marruecos podría estar pensando en las oportunidades para la diversificación del producto en Chipre y necesita saber qué otros productos similares están en demanda. Para generar una lista de los mercados exportadores del producto importado por Chipre seleccionamos *Pantalones de algodón para hombres/niños* en el menú de selección de productos (arriba), Chipre como el mercado siendo estudiado e 'Importaciones' (ver Tabla 9).

Tabla 9 : Lista de mercados exportadores de un producto importado por Chipre en 2002

Lista de mercados exportadores de un producto importado por Chipre en 2002
Producto : 620342 pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodon.
Las importaciones de Chipre representan el 0% de las importaciones mundiales de este producto; su posición relativa en las importaciones mundiales es 54

Exportadores	Valor de las importaciones 2002 en miles de US$	Participación en las importaciones de Chipre , %	Cantidad importada en 2002	Unidad de medida	Valor de unidad (US$/unidad)	Crecimiento anual de las importaciones en valor entre 1998-2002, %	Crecimiento anual de las importaciones en cantidad entre 1998-2002, %	Crecimiento anual de las importaciones en valor entre 2001-2002, %	Posición relativa de los socios comerciales en las exportaciones mundiales	Participación de los socios comerciales en las exportaciones mundiales, %	Crecimiento anual de las exportaciones totales en valor por socio comercial entre 1998-2002, %
Mundo	8,755	100	910,303	Unidad	10	8	3	-2			0
Grecia	2,645	30	202,007	Unidad	13	22	33	19	62	0	-8
China	1,271	15	295,273	Unidad	4	36	50	1	2	11	4
Italia	1,148	13	46,309	Unidad	25	-7	-11	-21	3	6	1
España	501	6	39,174	Unidad	13	17	30	-12	21	1	-2
Reino Unido	385	4	26,589	Unidad	14	-11	-1	-13	29	0	-15
Sri Lanka	332	4	20,084	Unidad	17	56	57	50	25	1	
Túnez	323	4	14,081	Unidad	23	21	16	-4	7	4	
India	231	3	34,588	Unidad	7	18	25	55	20	1	8
Marruecos	210	2	11,444	Unidad	18	4	15	0	12	2	
Francia	183	2	8,511	Unidad	22	-14	-21	-36	16	1	-4

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Siguiente | Barreras comerciales | Regiones socios | Países importadores | Países exportadores (SH4) | Productos similares (SH6) importados por Chipre | Productos similares (SH4) importados por Chipre | Exportadores mundiales | Importadores mundiales | Datos espejo | Menú de selección | Gráfico

La Tabla 9 muestra los competidores de Marruecos en el mercado de Chipre para *Pantalones de algodón para hombres/niños.* Vemos que en Chipre, la posición relativa de Marruecos es 9 con una participación de 2% en el mercado. La tendencia general del total de las importaciones de Chipre creció únicamente en un 8% p.a. durante el período 1998-2002, sugerir la posibilidad de una tendencia ascendente en el año que viene.

Apuntes Aclaratorios para la Tabla 9

Exportadores: Nombre del país socio clasificado por el total exportado.

Total importado en 2002 en miles de US$: Esta cifra es la reportada por el mercado seleccionado o según lo reportado por el país socio, cuando el país seleccionado no reporta los datos comerciales.

Participación en las importaciones del país socio como un porcentaje: Participación de los países socios en las importaciones del país meta.

Cantidad importada en 2002: Con respecto a la cantidad espejo, es posible tener diferentes unidades de cantidad dependiendo de los países reportantes.

Unidad de medida: La unidad utilizada para reportar las cantidades.

Valor de unidad: Precio en US$ por unidad.

Crecimiento anual de las importaciones en valor entre 1998-2002 como un porcentaje: Esta tendencia se calcula utilizando el método de los mínimos cuadrados. No se calcula ninguna tendencia en los casos donde no hay datos disponibles para un período de por lo menos cuatro años.

Crecimiento anual de las importaciones en cantidad entre 1998-2002 como un porcentaje: Este crecimiento es un buen complemento para la tendencia de 5 años, indicando si las tendencias de crecimiento han sido estables o volátiles durante los 5 años y mostrando el desempeño del país durante los últimos dos años.

Crecimiento anual de las importaciones en valor entre 2001-2002 como un porcentaje: Este crecimiento es un buen complemento para la tendencia de 5 años, indicando si las tendencias de crecimiento han sido estables o volátiles durante los 5 años y mostrando el desempeño del país durante los últimos dos años.

Posición relativa de los socios comerciales en las exportaciones mundiales: La clasificación mundial del país socio como exportador. Con este indicador es posible saber si el país seleccionado comercia con los mercados principales por el producto seleccionado y cómo clasifican esos mercados dentro del país siendo estudiado.

Participación de los países socios comerciales en las exportaciones mundiales como un porcentaje: La participación mundial que el país socio representa como un exportador del producto seleccionado.

Crecimiento anual total en valor de las exportaciones de los países socios entre 1998-2002 como un porcentaje: El crecimiento de las exportaciones del país socio hacia el país meta durante el período; no debe confundirse con un incremento en la participación del mercado.

Para ver cuáles de los productos complementarios que importan Chipre están experimentando crecimiento, el exportador oprimiría Productos similares (SH6) importados por Chipre (ver Tabla 10). De acuerdo a la Tabla 10, el exportador de Marruecos debe explorar las oportunidades en *Conjuntos, para hombres o ninos, de algodon*. El valor de las importaciones de Chipre de estos productos creció 30% p.a. durante el período 1998-2002. Debido a que las exportaciones mundiales están declinando (2% p.a.) esto podría ser una oportunidad para incrementar la participación en el mercado de Chipre.

Tabla 10: Lista de productos importados por Chipre en 2002

SH rev. 1	Producto	Valor 2002 en miles de US$	Cantidad 2002	Unidad de medida	Crecimiento anual en valor entre 1998-2002, %	Crecimiento anual en cantidad entre 1998-2002, %	Crecimiento anual en valor entre 2001-2002, %	Participación en el mercado mundial, %	Posición relativa en el mercado mundial	Crecimiento anual en valor de las exportaciones mundiales entre 1998-2002, %
620319	trajes o ternos de las demas materias textiles, para hombres o niños.	1,719	86,539	Unidad	20	26	-7	0	26	10
620322	conjuntos, para hombres o ninos, de algodon.	240	30,523	Unidad	30	27	3	0	52	-2
620329	conjuntos, para hombres o ninos, de las demas materias textiles.	60	8,984	Unidad	-23	-27	94	0	86	9
620332	chaquetas (sacos) de algodon, para hombres o niños	779	57,663	Unidad	0	23	2	0	40	1
620339	chaquetas (sacos) de las demas materias textiles, para hombres o niños.	1,157	67,615	Unidad	9	13	26	0	27	-3
620342	pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodon.	8,755	910,303	Unidad	8	3	-2	0	54	0
620343	pantalones,pantalones con peto y pantalones cortos de fibras sinteticas, para hombres o n	1,517	209,841	Unidad	13	27	-3	0	62	5

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Productos similares (SH6) exportados por Chipre | Los principales productos (SH6) importados por Chipre | Productos similares (SH4) importados por Chipre | Menú de selección | Gráfico | Ayuda

Apuntes Aclaratorios para la Tabla 10

SA rev. 1: Código de producto para el producto importado en 2002.

Producto: Descripción abreviada del producto que corresponde a una posición SA de 6 dígitos.

Total importado en 2002, en miles de US$: Estas cifras son reportadas por los países a la base de datos COMTRADE o las calculadas con las estadísticas espejo.

Cantidad importada en 2002: Con respecto a la cantidad espejo, si los países reportantes utilizaron unidades diferentes para la cantidad, no se desplegará ninguna cantidad.

Unidad de medida: La unidad utilizada para reportar las cantidades.

Crecimiento anual en valor entre el 1998-2002 de las importaciones como un porcentaje: Esta tendencia se calcula con el método de los mínimos cuadrados. Si un país no reporta datos comerciales en 2002, el cálculo de la tendencia se basa en las estadísticas espejo. No se calcula ninguna tendencia en los casos donde los datos del país reportante no se encuentran disponibles por un período de por lo menos cuatro años.

Crecimiento anual en cantidad entre 1998-2002 de las importaciones como un porcentaje: Esta tendencia se calcula con el mismo método utilizado para calcular el crecimiento anual del valor.

Crecimiento anual en valor entre 2001-2002 como un porcentaje: Este crecimiento es un buen complemento para la tendencia de 5 años, indicando si las tendencias de crecimiento han sido estables o volátiles durante los 5 años y mostrando el desempeño del producto durante los últimos dos años.

Participación del mercado en las importaciones mundiales como un porcentaje: Este indicador toma en cuenta a todos los países, hayan reportado o no.

Clasificación en las importaciones mundiales: La clasificación mundial del país seleccionado en la importación del producto siendo estudiado.

Crecimiento anual en valor entre el 1998-2002 de las exportaciones mundiales como un porcentaje: La tendencia se calcula para el producto siendo estudiado con el método de los mínimos cuadrados.

III. Enfoque de país

El segundo enfoque, o enfoque de país, permite un análisis utilizando TradeMap desde la perspectiva de un país. Desde este ángulo, un usuario puede evaluar el desempeño del comercio nacional de un país y también revisar el potencial del comercio bilateral con un socio.

¿Cuál es el actual desempeño comercial de mi país?

A. Evaluación del desempeño comercial del país– Rumanía

El Gobierno de Rumanía podría querer ver cómo compiten las exportaciones de un país en el mercado mundial para priorizar mejor sus esfuerzos para atraer la inversión extranjera y local o para promover el comercio. Seleccionando a Rumanía como el país en TradeMap e indicando 'Exportaciones' (arriba), se genera una lista de las exportaciones de Rumanía a un nivel de 2 dígitos, que luego pueden ser clasificadas por valor para obtener la Tabla 11. El nivel de 2 dígitos proporciona una idea general de las exportaciones de Rumanía.

Tabla 11: Productos principales exportados por Rumanía en 2002, nivel de 2 dígitos

SH rev. 1	Producto	Valor 2002 en miles de US$	Crecimiento anual en valor entre 1998-2002, %	Crecimiento anual en valor entre 2001-2002, %	Crecimiento anual de las exportaciones mundiales entre 1998-2002, %	Posición relativa en las exportaciones del pais	Participación en las exportaciones mundiales, %	Posición relativa en las exportaciones mundiales
	Todos los productos	13,875,709	14	22	4		0.0	54
62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	2,402,692	12	16	1	1	2.3	11
85	Maquinas, aparatos y material electrico,sus partes;aparatos de grabacion..	1,431,476	44	44	6	2	0.2	40
64	Calzado,polainas,botines y articulos analogos y sus partes	1,157,931	18	19	1	3	2.4	8
27	Combustibles minerales,aceites minerales y prod.de su destilacion	1,101,060	30	56	16	4	0.2	60
72	Fundicion, hierro y acero	970,752	3	33	1	5	0.8	30
61	Prendas y complementos de vestir, de punto	796,909	19	19	3	6	0.9	28
84	Reactores nucleares,calderas,maquinas,aparatos y artefactos mecanicos..	743,599	14	9	2	7	0.1	47
94	Muebles;mobilario medicoquirurgico;articulos de cama y similares	654,529	8	23	4	8	0.8	24
44	Madera, carbon vegetal y manufacturas de madera	619,585	11	18	2	9	0.9	

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Siguiente | Lista de grupos de productos (SH2) clasificados por el código SH | Lista de grupos de productos (SH2) importados | Los principales productos (SH6) exportados | Los principales productos (SH4) exportados | Menú de selección | Ayuda

Con esta tabla el Gobierno de Rumanía puede ver que en general, Rumanía ocupa el puesto 54 entre los exportadores mundiales, con un crecimiento anual de 14% en las exportaciones durante el período 1998-2002 y 22% anual durante el período 2001-2002. Al mismo tiempo la tendencia de crecimiento de 5 años es únicamente 4% anual lo que indica un incremento general en la competitividad de los exportadores de Rumanía.

Viendo las exportaciones a nivel SA de 2 dígitos pone de relieve a los sectores que podrían ser de interés desde la perspectiva de atraer la inversión extranjera o local. Los sectores como *Maquinas, aparatos y material eléctrico* o *Prendas de vestir* están experimentando un alto crecimiento (44% y 19% p.a. respectivamente), mientras que las exportaciones mundiales de estos productos únicamente están creciendo 6% y 3% anual respectivamente. Estos podrían ser sectores atractivos para la inversión.

Apuntes Aclaratorios para la Tabla 11

SA rev. 1: Código de producto para el producto exportado en 2002.

Producto: Descripción abreviada del producto correspondiente a una posición SA de 2 dígitos.

Valor exportado en 2002, en miles de US$: Estas cifras son reportadas por los países a la base de datos COMTRADE o las calculadas con las estadísticas espejo.

Crecimiento anual en valor entre 1998-2002 de las exportaciones como un porcentaje: Esta tendencia se calcula con el método de los mínimos cuadrados. Si un país no reporta datos comerciales en 2002, el cálculo de la tendencia se basa en las estadísticas espejo. No se calcula ninguna tendencia en casos donde los datos del país reportante no se encuentra disponible para un período de por lo menos cuatro años.

Crecimiento anual en valor entre 2001-2002 de las exportaciones como un porcentaje: Este crecimiento es un buen complemento para la tendencia de 5 años, indicando si las tendencias de crecimiento han sido estables o volátiles durante los 5 años y mostrando el desempeño de los productos durante los últimos dos años.

Crecimiento anual de las exportaciones mundiales entre 1998-2002 como un porcentaje: La tendencia se calcula utilizando el método de los mínimos cuadrados. Si un país no reporta sus datos comerciales en 2002, el cálculo de las tendencias se basa en las estadísticas espejo. No se calcula ninguna tendencia en los casos donde no hay datos disponibles del país reportante por un período de por lo menos cuatro años.

Posición relativa en las exportaciones del país: Este indicador es interesante cuando la tabla se clasifica por código de producto. Indica la importancia del cluster de productos en las exportaciones o importaciones del país.

Participación en las exportaciones mundiales como un porcentaje: Este indicador toma en cuenta a todos los países, hayan reportado o no.

Posición relativa en las exportaciones mundiales: La clasificación mundial del país seleccionado en la exportación del producto siendo estudiado.

Para un estudio más a fondo de estos sectores que podrían ser de interés para determinar las inversiones, se debe de explorar el nivel de 4 dígitos. Oprimiendo 85 en la Tabla 11, el Gobierno de Rumanía puede ver en la Tabla 12 cuáles áreas dentro del sector pueden ser de interés.

SA 8544 *Hilos/Cables aislados* es una área que muestra crecimiento en las importaciones mundiales, 3% durante el período 1998-2002. Este es un sector significativo para Rumanía y ha experimentado un crecimiento sustancial durante el período de 5 años y el de 2 años (39% y 80% p.a.), mientras que las importaciones mundiales han crecido 3% p.a. desde 1998-2002.

Tabla 12: Los productos principales exportados por Rumanía en 2002, nivel SA85 de 4 dígitos

SH rev. 1	Producto	Valor 2002 en miles de US$	Cantidad 2002	Unidad de medida	Crecimiento anual en valor entre 1998-2002, %	Crecimiento anual en cantidad entre 1998-2002, %	Crecimiento anual en valor entre 2001-2002, %	Participación en el mercado mundial, %	Posición relativa en el mercado mundial	Crecimiento anual en valor de las importaciones mundiales entre 1998-2002, %
8542	Circuitos integrados y microestructuras electronicas.	24,286	0	No medida	125		-26	0	45	7
8543	Maquinas y aparatos electricos con funcion propia, no expresados ni comprendidos	1,185	0	No medida	60		-20	0	64	6
8544	Hilos, cables (incluidos los coaxiales) y demas conductores aislados para electr	497,784	0	No medida	39		80	1	22	3
8545	Electrodos y escobillas de carbon, carbon para lámparas o pilas y demas articulo	2,899	0	No medida	-10		-39	0	36	-3
8546	Aisladores electricos de cualquier materia.	19,907	0	No medida	83		2031	1	14	

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Primera Precedente Productos similares (SH4) importados por Rumanía Los principales productos (SH6) exportados por Rumanía Los principales productos (SH4) exportados por Rumanía Menú de selección Gráfico Ayuda

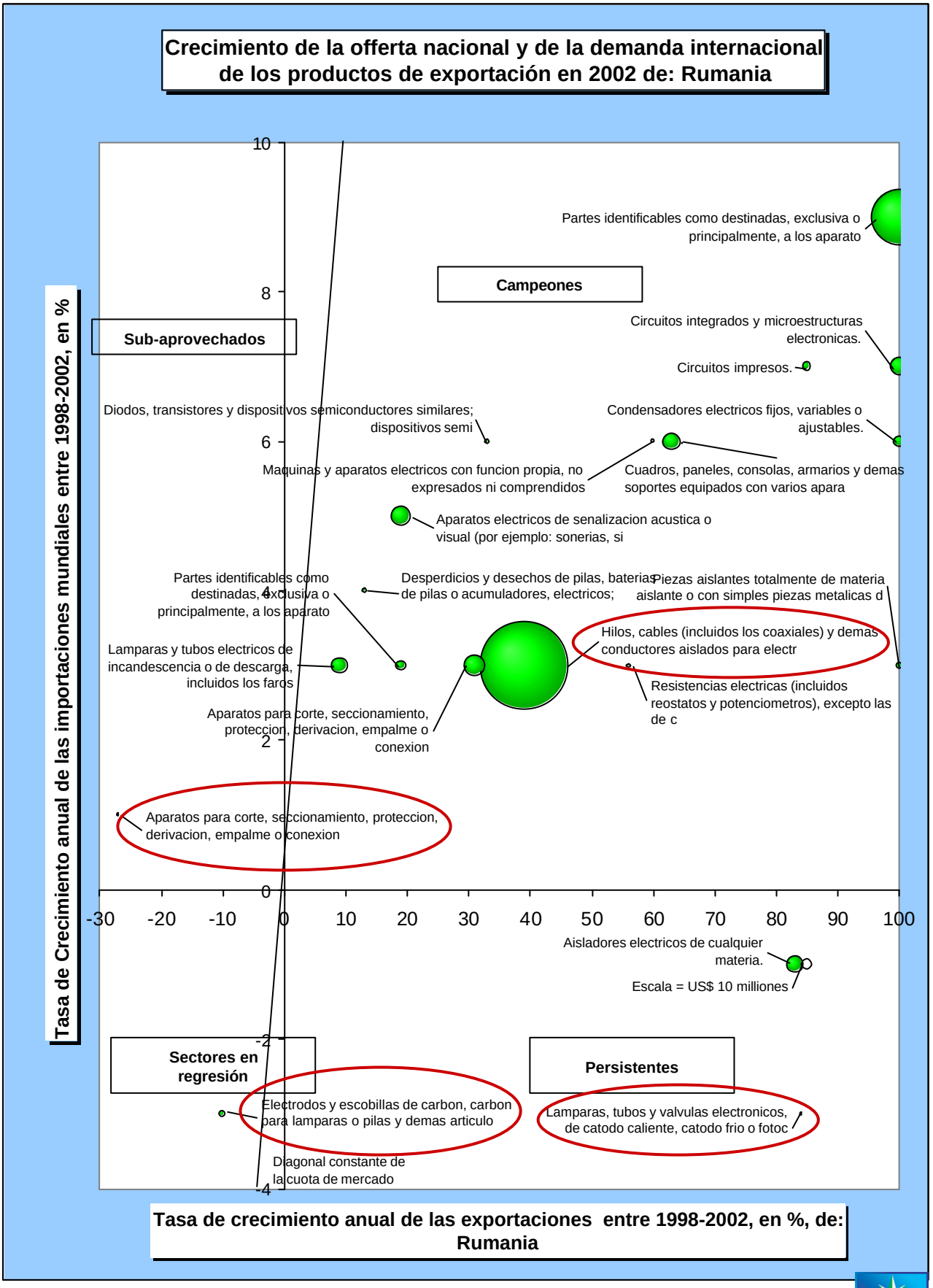
A partir de la Tabla 12 se puede generar el Cuadro 2, que presenta el desempeño de los productos de exportación de Rumanía dentro del sector SA85 *Equipo electrónico*. El cuadro muestra el **valor de exportación de cada producto (tamaño de las burbujas)**, y compara el **crecimiento de la exportación de Rumanía (eje horizontal)** con el **crecimiento de la demanda internacional (eje vertical)**. Además, la **línea diagonal (la línea de la participación constante en el mercado mundial)** divide el cuadro en dos partes. La exportación de productos de Rumanía a la derecha de esta línea ha crecido a un ritmo más acelerado que las importaciones mundiales, por ende incrementando su participación en el mercado mundial. A la inversa, los productos a la izquierda de la línea diagonal han visto una disminución en su participación en el mercado mundial.

Las líneas de referencia horizontal y diagonal son de particular interés en términos del desarrollo comercial, ya que dividen al cuadro en cuatro cuadrantes con diferentes características:

Campeones – ganadores en mercados de crecimiento: Estos son los productos de exportación con los cuales Rumanía ha logrado buenos resultados, como por ejemplo *Hilos/cables aislados*. Este sector incluye productos particularmente dinámicos que están creciendo más rápidamente que el comercio global en general, y con los cuales Rumanía ha podido sobrepasar el crecimiento del mercado mundial e incrementado su participación en las importaciones mundiales. Los exportadores de estos productos demostraron su competitividad internacional a finales de la década de los 90. Los esfuerzos de promoción comercial para estos productos son menos riesgosos, ya que son testimonio de éxitos nacionales que pueden servir de parámetros para otras industrias. El objetivo de los esfuerzos de promoción de estos productos debe ser la ampliación de la capacidad de oferta.

Sub-aprovechados – perdedores en los mercados de crecimiento: Estos productos representan retos particulares para los esfuerzos de promoción comercial en Rumanía. Si bien la demanda internacional ha estado creciendo a un ritmo por encima del promedio, Rumanía se ha estado quedando atrás. Sus exportaciones de *Aparatos para corte*, por ejemplo, han bajado o crecido menos dinámicamente que el comercio global. Como resultado, la participación de Rumanía en el mercado internacional ha estado bajando. En general, el obstáculo no es la demanda internacional, sino más bien la oferta. Para estos

Cuadro 2: Crecimiento de la oferta nacional y la demanda internacional para los productos de exportación de Rumanía en 2002 SA85 4 dígitos.



Nota: El tamaño de los círculos corresponde al valor de las exportaciones de Rumania
Fuente: Cálculos del CCI basados en las estadísticas de COMTRADE.

productos, se debe identificar y eliminar los obstáculos específicos que impiden una expansión más dinámica de las exportaciones.

Sectores en regresión: Las perspectivas de exportación para estos productos tienden a ser poco alentadoras, tal como los *Electrodos y escobillas de carbon* en el caso de Rumanía. Las importaciones mundiales del producto en cuestión han incrementado a un ritmo por debajo del promedio o, en efecto, han disminuido, y la participación del mercado de Rumanía ha disminuído. Los esfuerzos de promoción para los productos en esta categoría encaran una gran dificultad. Tienen que adoptar un enfoque integrado para tomar en cuenta los obstáculos tanto por parte de la oferta como la demanda.

Persistentes – ganadores en los mercados declinantes: Los productos en este cuadrante, como por ejemplo los *Lámparas, tubos y valvulas electrónicos*, se caracterizan por la participación creciente de los exportadores rumanos en los mercados de importación mundial, los que están cayendo o creciendo a un ritmo por debajo del promedio. Desde la perspectiva de la promoción comercial, se requiere de estrategias para el marketing de nichos para aislar el desempeño comercial positivo del decline general en estos mercados.

El cuadro también proporciona una visión general de la concentración de las exportaciones. La apariencia de uno o unos cuantos círculos comparativamente grandes en una área muestra que las exportaciones se encuentran altamente concentradas. Este no parece ser el caso de Rumanía.

La escala de los círculos rotulados, en la esquina inferior derecha del Cuadro 2, sirve como referencia para el tamaño de las burbujas. La escala puede variar de US$ 10,000 a US$ 100 millones dependiendo del país siendo estudiado.

Si el Gobierno de Rumanía desea realizar un análisis más a fondo, puede acceder al nivel de 6 dígitos para cualquiera de los códigos de 4 dígitos oprimiendo el código.

Oprimiendo después Los principales productos (SH6) exportados por Rumanía al pie de la Tabla 12, se genera la Tabla 13 la cual contiene una lista de las 500 exportaciones principales de Rumanía a un nivel SA de 6 dígitos. La Tabla 13 muestra que la segunda exportación en tamaño de Rumanía, *Los demas muebles de madera,* aumentó 5% p.a. durante el período 1998-2002, sin embargo, en los últimos dos años de ese período hubo un crecimiento del 19% anual y las importaciones mundiales de estos productos creció 6% p.a. Otro dato de interés en la Tabla 13 son las exportaciones de *Calzado* de Rumanía, que crecieron 84% p.a. durante el período 1998-2002 (33% anual durante 2001-2002) mientras que las importaciones mundiales crecieron únicamente un 5% p.a. Estos podrían ser sectores de interés para concentrar en ellos los esfuerzos de promoción comercial.

Tabla 13 : Los productos principales exportados por Rumanía en 2002, nivel de 6 dígitos

rev. 1	Producto	Valor 2002 en miles de US$	Cantidad 2002	Unidad de medida	Crecimiento anual en valor entre 1998-2002, %	Crecimiento anual en cantidad entre 1998-2002, %	Crecimiento anual en valor entre 2001-2002, %	Participación en el las exportaciones mundiales, %	Posición relativa en las exportaciones mundiales	Crecimiento anual en valor de las importaciones mundiales entre 1998-2002, %
TOTAL	Todos los productos	13,875,709	0	No medida	14		22	0	54	4
271000	aceites de petroleo o de minerales bituminosos no expresados ni comprendidos en otras part	959,770	4,404,981	Toneladas	30	12	58	0	32	7
854430	juegos de cables para bujias de encendido y demas juegos de cables de ltipo de los utiliza	390,132	30,712	Toneladas	33	45	76	3	8	5
940360	los demas muebles de madera	374,605	231,412	Toneladas	5	5	19	2	13	6
640610	cortes aparados y sus partes, con exclusion de los contrafuertes y punteras duras.	361,916	16,982	Toneladas	14	12	19	16	1	-3
640399	los demas calzados con suela de caucho, de plastico o de cuero natural, artificial o regen	283,269	22,883	Toneladas	84	93	33	1	13	5
890190	los demas barcos para el transporte de mercancias y los demas barcos proyectados para el t	268,373	168,733	Toneladas	8	-14	93	1	6	-1
620342	pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodon.	204,660	11,796	Toneladas	28	34	29	1	15	

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Siguiente | Productos principales (SH6) importados | Productos principales (SH4) exportados | Lista de los grupos de productos (SH2) exportados | Menú de selección | Gráfico | Ayuda

Apuntes Aclaratorios para las Tablas 12 y 13

SA rev. 1: Código de producto para el producto exportado en 2002.

Producto: Descripción abreviada del producto que corresponde a una posición SA de 6 dígitos.

Valor exportado en 2002, en miles de US$: Estas cifras son reportadas por los países a la base de datos de COMTRADE o las calculadas con estadísticas espejo.

Cantidad exportada en 2002: Con respecto a la cantidad espejo, si los países reportantes utilizan diferentes unidades de cantidad, no se desplegará ninguna cantidad.

Unidad de medida: La unidad utilizada para reportar las cantidades.

Crecimiento anual en valor entre 1998-2002 de las exportaciones como un porcentaje: Esta tendencia se calcula utilizando el método de los mínimos cuadrados. Si un país no reporta sus datos comerciales en 2002, el cálculo de las tendencias se basa en las estadísticas espejo.. No se calcula ninguna tendencia en los casos donde no hay datos disponibles del país reportante por un período de por lo menos cuatro años.

Crecimiento anual en cantidad entre 1998-2002 de las exportaciones como un porcentaje: Esta tendencia se calcula con el mismo método utilizado en el cálculo del crecimiento anual del valor.

Crecimiento anual en valor entre 2001-2002 de las exportaciones como un porcentaje: Este crecimiento es un buen complemento para la tendencia de 5 años, indicando si las tendencias de crecimiento han sido estables o volátiles durante el período de 5 años y mostrando el desempeño del producto durante los últimos dos años.

Participación del mercado en las exportaciones mundiales como un porcentaje: Este indicador toma en cuenta todos los países, hayan reportado o no.

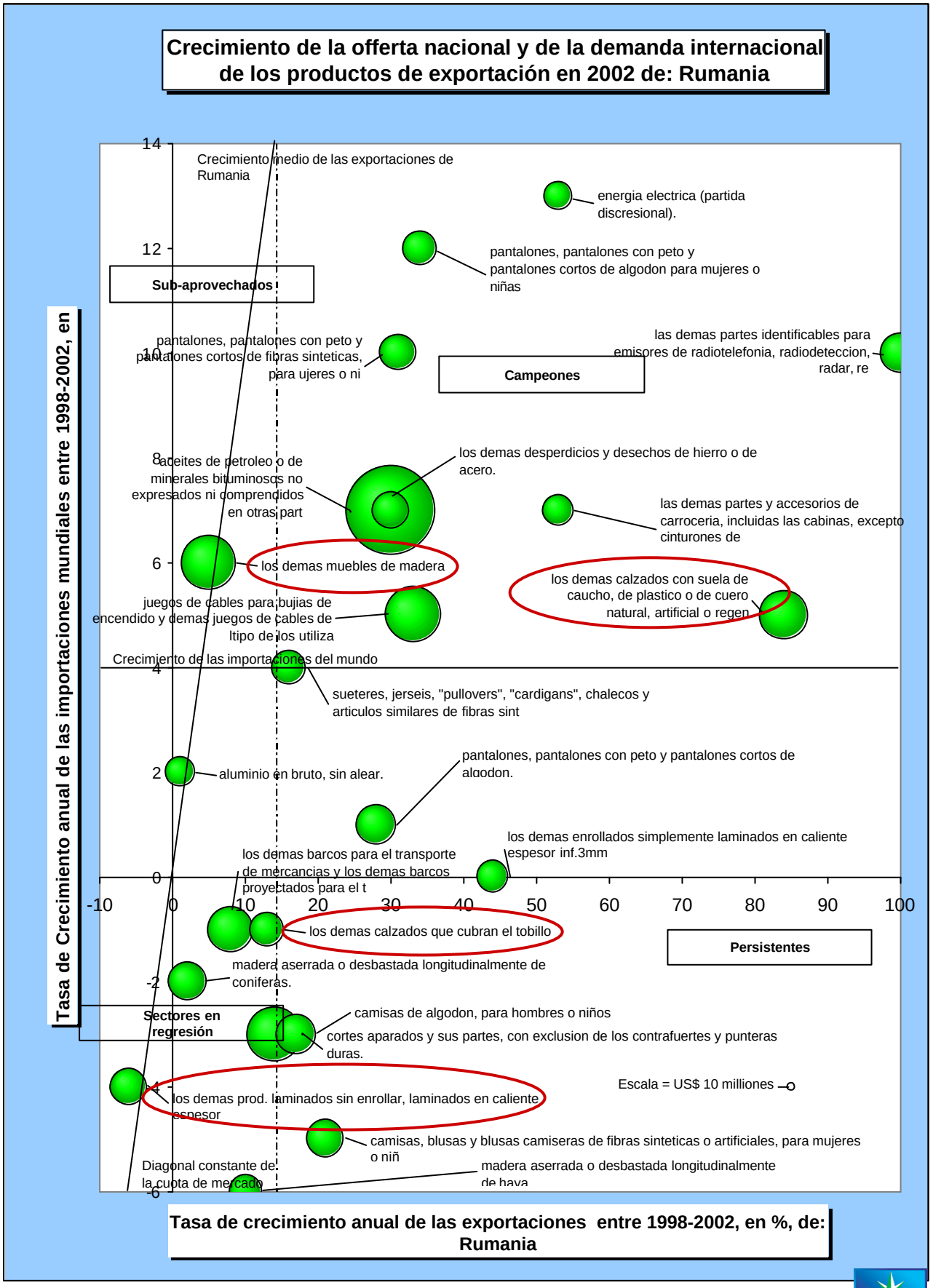
Clasificación en los mercados de exportación: La clasificación mundial del país seleccionado en la exportación del producto siendo estudiado.

Crecimiento anual en valor entre 1998-2002 de las importaciones mundiales como un porcentaje: La tendencia para el producto siendo estudiado se calcula con el método de los mínimos cuadrados.

Desde la Tabla 13, se puede generar el Cuadro 3, que es similar al Cuadro 2 pero con importante diferencias. El Cuadro 3 presenta el desempeño de los veinte productos principales de exportación de Rumanía, indicando el **crecimiento nominal promedio de la totalidad de las exportaciones de Rumanía** para el período de 1998 al 2002 **(línea de referencia vertical punteada)** y el **crecimiento nominal promedio de las importaciones mundiales** durante el mismo período de tiempo **(línea de referencia horizontal),** que fue 4% p.a. En el Cuadro 3 las líneas horizontales de referencia y la diagonal dividen el cuadro en cuatro cuadrantes.

Cabe señalar que el criterio para distinguir los productos en crecimiento y disminución es la tasa de crecimiento nominal promedio de la totalidad de las importaciones mundiales de 1998 a 2002, que fue 4% anual. Los productos, cuyas importaciones mundiales han crecido por debajo de esta tasa, por ejemplo 3% anual, se clasifican como productos en caída, ya que su participación en el comercio mundial está disminuyendo.

Cuadro 3: Crecimiento de la oferta nacional y la demanda internacional para las veinte exportaciones principales de Rumanía en 2002



Nota: El tamaño de los círculos corresponde al valor de las exportaciones de Rumania
Fuente: Cálculos del CCI basados en las estadísticas de COMTRADE.

¿Qué productos cuentan con el potencial de incrementar el comercio bilateral?

B. Potencial del Comercio Bilateral – Construcciones prefabricadas: Estonia y Francia

Una IAP en Estonia tal vez quiera explorar el potencial comercial entre Estonia y Francia. Seleccionando Estonia como el mercado, Francia como el país socio y 'exportación' en el menú de selección (arriba), la información presentada en la Tabla 14 aparece a nivel SA de 2 dígitos.

Tabla 14 : Comercio actual y capacidad potencial de comercio entre Estonia y Francia en 2002, nivel de 2 dígitos

Nota: Las Exportaciones han sido registradas por Estonia
Las Importaciones han sido registradas por Francia

Código	Denominación	Exportaciones de Estonia hacia Francia		Importaciones de Francia			Exportaciones de Estonia			Comercio potencial en miles de USD
		Valor 2002 en miles USD	Crecimiento anual en valor 1998-2002, %	Valor 2002 en miles USD	Crecimiento anual en valor 1998-2002, %	Porcentaje de las Importaciones mundiales, %	Valor 2002 en miles USD	Crecimiento anual en valor 1998-2002, %	Porcentaje de las Exportaciones mundiales, %	
	Todos los productos	50,197	13	303,774,208	1	4.0	4,336,351	9	0.0	4,286,154
89	Navegacion maritima o fluvial	0		1,369,789	28	4.6	9,519	15	0.0	9,519
90	Instrumentos,aparatos de optica,fotografia,cinematografia,medida,control...	4,728	318	9,746,824	4	5.0	64,934	5	0.0	60,206
91	Relojeria	0		823,786	1	4.2	659	7	0.0	659
92	Instrumentos de musica;partes y accesorios de estos instrumentos	14		136,479	-3	3.5	2,864	12	0.1	2850
93	Armas y municiones y sus partes y accesorios	0		86,628	-1	1.6	13	-44	0.0	13
94	Muebles;mobilario medicoquirurgico;articulos de cama y similares	6,042	11	4,872,177	4	5.5	303,635	19	0.4	297,593
95	Juguetes,juegos,articulos para recreo o para deporte;partes...	320	-2	2,487,156	4	4.2	20,272	12	0.0	19,952
96	Manufacturas diversas	135		733300	-2	5.0	10,547	38	0.1	10,412
97	Objetos de arte, de coleccion o de antiguedad	0		224,142	2	2.0	1,421	42	0.0	1,421

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Primera Precedente Lista de grupos de productos (SH2) exportados por Estonia Lista de grupos de productos (SH2) importados por Francia Importaciones Comercio bilateral (SH2) classificado por comercio potencial Comercio bilateral (SH4) classificado por comercio potencial Comercio bilateral (SH6) classificado por comercio potencial Menú de sélección Ayuda

Con la Tabla 14, el IAP puede ver el comercio real entre Estonia y Francia, las importaciones de Francia y las exportaciones de Estonia, tanto para el comercio general como para los productos en la lista. En general, el comercio entre Estonia y Francia totalizó US$ 50 millones en 2002 y creció 13% p.a. durante el período 1998-2002. Las

importaciones de Francia totalizaron US$ 304 mil millones con una tasa de crecimiento anual del 1%, mientras que las exportaciones de Estonia a terceros países totalizaron US$ 4 mil millones y crecieron a un ritmo de 9% p.a.

Si tomamos el sector de *Muebles;mobilario medicoquirúrgico;artículos de cama y similares*, vemos que hubo comercio entre Estonia y Francia valuado en US$ 6 millones con una tasa de crecimiento de 11% anual Las importaciones de Francia totalizaron US$ 5 mil millones en 2002 y crecieron 4% p.a. durante el período 1998-2002, mientras que las exportaciones de Estonia totalizaron US$ 304 millones y crecieron 19% p.a. Debido a que el comercio actual está relativamente bajo y se encuentra en crecimiento, tal vez exista potencial en uno o más productos dentro de este sector para incrementar los esfuerzos promocionales.

Apuntes Aclaratorios para la Tabla 14

Código de producto: Código de producto para el producto comerciado entre los dos países siendo estudiados.

Denominación de producto: Descripción abreviada del cluster de productos correspondiente a una posición SA de 2 dígitos.

Valor exportado en 2002, en miles de US$: El comercio entre los dos países seleccionados, según lo reportado por el país seleccionado a la base de datos de COMTRADE o según lo reportado por el país socio seleccionado a la base de datos de COMTRADE si el país seleccionado no ha reportado los datos comerciales.

Crecimiento anual en valor entre el 1998-2002: La tendencia del comercio bilateral como un porcentaje. La tendencia se calcula utilizando el método de los mínimos cuadrados. Si el país seleccionado no reporta sus datos comerciales en 2002, el cálculo de las tendencias se basa en las estadísticas del mercado socio. No se calcula ninguna tendencia en los casos donde no hay datos disponibles del país o el país socio por un período de por lo menos cuatro años.

Valor global importado en 2002, en miles de US$, por el país socio: El total importado por el país socio de terceros países para el grupo de productos siendo estudiado, según lo reportado a la base de datos de COMTRADE o según lo calculado con las estadísticas espejo.

Crecimiento anual en valor entre 1998-2002 de las importaciones mundiales del país socio: El crecimiento de las importaciones de terceros países para el país socio seleccionado. La tendencia se calcula utilizando el método de los mínimos cuadrados. Si el país seleccionado no reporta sus datos comerciales en 2002, el cálculo de las tendencias se basa en las estadísticas espejo. No se calcula ninguna tendencia en los casos donde no hay datos disponibles del país o el país socio por un período de por lo menos cuatro años.

Participación del mercado en las importaciones mundiales, para el país socio: La participación en las importaciones mundiales para el país socio seleccionado y el grupo de producto. Este indicador toma en cuenta a todos los países, hayan reportado o no.

Valor global exportado en 2002, en miles de US$, por el país seleccionado: El valor exportado por el país a terceros países del grupo de producto siendo estudiado, según lo reportado a la base de datos de COMTRADE o según lo calculado con las estadísticas espejo.

Crecimiento anual en valor entre 1998-2002 de las exportaciones mundiales del país seleccionado: El crecimiento de las exportaciones a terceros países para el país seleccionado. La tendencia se calcula con el método de los mínimos cuadrados. Si el país siendo estudiado no reporta sus datos comerciales en 2002, el cálculo de la tendencia se basa en las estadísticas espejo. No se calcula ninguna tendencia si no se cuenta con los datos del país por un período de por lo menos cuatro años.

Participación en las exportaciones mundiales para el país: la participación en las exportaciones mundiales para el país seleccionado y el cluster de productos siendo estudiado. Este indicador toma en cuenta a todos los países, hayan reportado o no.

Comercio Potencial indicativo: El comercio potencial entre los dos países seleccionados según lo calculado en 2002. El potencial comercial se define como el valor menor del monto de las exportaciones (importaciones) de un mercado y el monto que el país socio importa (exporta), menos el comercio existente entre los dos países siendo estudiados. Potencial comercial = Mínimo (Capacidad de oferta de exportación, demanda de importación) – comercio actual. En otras palabras, un alto potencial significa que las importaciones del país socio son significativas y las exportaciones del país también son significativas, sin embargo la participación del país en las importaciones del país socio son bajas.

Para averiguar para qué productos específicos podría existir un potencial, se debe explorar el nivel SA de 6 dígitos. Oprimiendo el código de 2 dígitos en la Tabla 14, 94 en el caso de *Muebles; mobilario medicoquirúrgico; artículos de cama y similares*, y oprimiendo el código de 9403 se genera la Tabla 15.

Tabla 15: Comercio actual y capacidad potential de comercio entre Estonia y Francia en 2002, nivel de 6 dígitos

Nota: Las Exportaciones han sido registradas por Estonia
Las Importaciones han sido registradas por Francia

Código	Denominación	Exportaciones de Estonia hacia Francia			Importaciones de Francia				Exportaciones de Estonia				Comercio potencial en miles USD
		Valor 2002 en miles USD	Crecimiento anual en valor 1998-2002, %	Participación en las exportaciones de Estonia, %	Valor 2002 en miles USD	Crecimiento anual en valor 1998-2002, %	Cantidad 2002	Unidad de medida	Valor 2002 en miles USD	Crecimiento anual en valor 1998-2002, %	Cantidad 2002	Unidad de medida	
940330	muebles de madera para oficina	0		0	104,318	-3	37,822	Toneladas	2,235	7	590	Toneladas	2,235
940340	muebles de cocina, de madera	0		0	163,597	5	73,011	Toneladas	2,658	8	910	Toneladas	2,658
940350	muebles de madera del tipo de los utilizados en los dormitorios	1,325	89	7	235,793	-1	126,772	Toneladas	18,649	32	12,651	Toneladas	17,324
940360	los demas muebles de madera	1,028	-11	2	807,529	2	367,365	Toneladas	59,095	5	33,557	Toneladas	58,067
940390	partes y piezas de madera, para muebles	496	-6	2	301,362	3	141,133	Toneladas	29,729	21	20,238	Toneladas	29,233

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Productos similares (SH6) exportados por Estonia | Productos similares (SH6) importados por Francia | Importaciones | Menú de selección | Gráfico | Ayuda

De acuerdo a la Tabla 15 existe una capacidad comercial potencial entre Estonia y Francia en *Los demás muebles de madera* en donde el comercio actual es de US$ 1 millones pero delining en 11% p.a. Francia importó US$ 807 millones y esas importaciones crecieron 2% p.a. indicando una mayor demanda, mientras que las exportaciones de Estonia de US$ 59 millones crecieron 5% p.a. indicando una mayor oferta. Si Estonia redirigiera la totalidad de su oferta de exportación a Francia, el potencial comercial indicativo seria de US$ 58 millones.

Potencial Comercial Indicativo = Mínimo (Capacidad de oferta de exportación, demanda de importación) – comercio actual

El potencia comercial se define como el valor más bajo que un mercado seleccionado exporta o el valor que el país socio importa (en este caso US$ 59 millones en exportaciones de Estonia), menos el comercio actual entre los dos países siendo estudiados (que es US$ 1 millones). El potencial comercial sólo tiene un valor indicativo y sirve como punto de partida para una investigación más a fondo.

Oprimiendo el valor de las importaciones de Francia de terceros países (columna 6), se obtiene una lista de todos los mercados proveedores de *Los demás muebles de madera* de Francia (disponibles en dos formatos, tablas y cuadro de burbuja). Por otra parte, oprimiendo el código de producto (columna 1), se obtiene una lista de los mercados importadores para *Los demás muebles de madera* de Estonia.

Apuntes Aclaratorios para las Tablas 15 y 16

Código de producto: El código de producto para el producto comerciado entre los dos países siendo estudiados.

Denominación del producto: Descripción abreviada del grupo de productos que corresponde a una posición de 2 dígitos SA o 6 dígitos SA.

Valor exportado en 2002, en miles de US$: EL comercio entre dos países seleccionados, según lo reportado por el país seleccionado a la base de datos COMTRADE o según lo reportado por el país socio seleccionado a la base de datos de COMTRADE si el país seleccionado no ha reportado datos comerciales.

Crecimiento anual en valor entre 1998-2002: La tendencia del comercio bilateral como un porcentaje. La tendencia se calcula utilizando el método de los mínimos cuadrados. Si el país seleccionado no reporta datos comerciales en 2002, el cálculo de la tendencia se basa en las estadísticas del socio. No se calcula ninguna tendencia en los casos donde los datos del país o el país socio no se encuentran disponibles para por lo menos un período de cuatro años.

Participación en las exportaciones de Estonia (Egipto) como un porcentaje: La participación de los países socios en las exportaciones del país meta Estonia (Egipto).

Valor global importado en 2002, en miles de US$, por el país socio: El total importado por el país socio para el grupo de producto siendo estudiado, según lo reportado a la base de datos de COMTRADE o según lo calculado con las estadísticas espejo.

Crecimiento anual en valor entre 1998-2002 de las importaciones mundiales por el país socio: El crecimiento de las importaciones de terceros países para el país socio seleccionado. La tendencia se calcula utilizando el método de los mínimos cuadrados. Si el país socio seleccionado no reporta datos comerciales en 2002, el cálculo de la tendencia se basa en las estadísticas espejo. No se calcula ninguna tendencia en los casos donde los datos del país socio no se encuentran disponibles para un período de por lo menos cuatro años.

Cantidad importada: Cantidad importada en 2002. Con respecto a la cantidad espejo, es posible obtener diferentes unidades de cantidad dependiendo en los países reportantes.

Unidad de medida: La unidad utilizada para reportar las cantidades.

Valor global exportado en 2002, en miles de US$, por el país seleccionado: El valor exportado por el país a terceros países para el grupo de productos siendo estudiados, según lo reportado a la base de datos COMTRADE o según lo calculado con las estadísticas espejo.

Crecimiento anual en valor entre 1998-2002 de las exportaciones mundiales para el país seleccionado: . El crecimiento de las exportaciones a terceros países del país seleccionado. La tendencia se calcula utilizando el método de los mínimos cuadrados. Si el país siendo estudiado no reporta datos comerciales en 2002, el cálculo de la tendencia se basa en las estadísticas espejo. No se calcula ninguna tendencia en los casos donde los datos del país no se encuentran disponibles para un período de por lo menos cuatro años.

Cantidad exportada: Cantidad exportada en 2002. Con respecto a la cantidad espejo, es posible obtener diferentes unidades de cantidad dependiendo en los países reportantes.

Unidad de medida: La unidad utilizada para reportar las cantidades.

Comercio Potencial Indicativo: El comercio potencial entre los dos mercados seleccionados según lo calculado en 2002. El potencial comercial se define como el valor menor del monto que un mercado exporta (importa) y el monto que el país socio importa (exporta), menos el comercio existente entre los dos mercados siendo estudiados. Potencial comercial = Mínimo (Capacidad de oferta de exportación, demanda de importación) – comercio existente. En otras palabras, un alto potencial significa que las importaciones del mercado socio son significativas y las exportaciones del mercado también son significativas, sin embargo, la participación del mercado en las importaciones del mercado socio es pequeña.

¿Cuáles son los flujos comerciales entre mi país y un grupo regional o económico específico?

C.TradeMap ahora incluye grupos de mercado regionales y económicos

A partir de diciembre 2003, Trademap incluirá no sólo datos a nivel de mercado, sino que también datos a nivel de grupo regional y de país.

En el menú de selección de TradeMap, si Usted entra a las opciones "Seleccione un mercado" o "Seleccione un socio comercial" Usted tendrá la opción de ver los mercados individuales o grupos de hasta 41 mercados. Para cada grupo, se presenta una lista de los mercados incluidos, a lo igual que las indicaciones si estos mercados reportan o no reportan los datos comerciales a COMTRADE. En los casos donde algunos de los mercados de un grupo regional no reportan la información a COMTRADE se estima sus estadísticas comerciales, como se hace en el caso de los mercados individuales, utilizando las estadísticas espejo (estimando las exportaciones en base a las importaciones del mercado y vice versa).

Figura 2: Lista de un mercado y grupos económicos

Código de la región	Nombre de la Región	Código de la Región	Nombre de la región
G07	África	G27	Organización de Cooperación Económica (ECO)
G32	Ley sobre Crecimiento y Oportunidad en África (AGOA)	G25	Europa
G29	Grupo de Estados de África, el Caribe y el Pacífico (Grupo ACP)	G26	Unión Europea (UE)
G31	América	G41	G7
G19	Comunidad Andina	G21	China Mayor (Continental, Hong Kong, Taiwan)
G20	Asia	G38	Consejo de Cooperación del Golfo (CCG)
G39	Asociación de Cooperación Económica de Asia y el Pacífico (APEC)	G15	América Latina y el Caribe
G24	Asociación de Naciones del Asia Sudoriental (ASEAN)	G16	Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)
G13	Acuerdo de Bangkok	G05	Países menos avancados (PMA)
G40	Zona de Cooperación Económica del Mar Negro (BSEC)	G10	Maghreb
G37	Comunidad del Caribe (CARICOM)	G22	Medio Oriente
G17	Mercado Común Centroamericano (MCCA)	G14	Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)
G23	Repúblicas de Asia Central	G28	Oceanía
G03	Europa Central y Oriental	G04	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)
G12	Mercado Común del África Oriental y Meridional (COMESA)	G30	Organización de Países Exportadores de Petróleo (OPEP)
G34	Mercado Común del Sur (MERCOSUR)	G06	Organización de la Conferencia Islámica (OCI)
G33	Comunidad de Estados Independientes (CEI)	G18	Asociación del Asia Meridional para la Cooperación Regional (SAARC)
G09	Unión Aduanera y Económica del África Central (UDEAC)	G11	Unión Aduanera del África Meridional (SACU)
G01	Mercados desarollados (industriales)	G35	Comunidad del África Meridional para el Desarrollo (SADC)
G02	Mercados en desarollo	G36	Unión Económica y Monetaria del África Occidental (UEMAO)
G08	Comunidad Económica de los Estados de África Occidental (CEDEAO)		

1. Exportaciones de pantalones de Egipto a la UE

El Gobierno de Egipto podría estar interesado en analizar qué productos cuentan con el potencial para incrementar el comercio entre su país y la Unión Europea como un solo. Seleccionando de primero Egipto del menú de mercados y luego UE del menú de socios comerciales, y luego oprimiendo Comercio bilateral (SA6) clasificado por potencial comercial se generará la Tabla 16.

Tabla 16: Comercio actual y capacidad potential de comercio entre Egipto y Unión Europea (UE) en 2002

Código	Denominación	Exportaciones de Egipto hacia Unión Europea (UE)			Importaciones de Unión Europea (UE)				Exportaciones de Egipto				Comercio potencial en miles USD
		Valor 2002 en miles USD	Crecimiento anual en valor 1998-2002, %	Participación en las exportaciones de Egipto, %	Valor 2002 en miles USD	Crecimiento anual en valor 1998-2002, %	Cantidad 2002	Unidad de medida	Valor 2002 en miles USD	Crecimiento anual en valor 1998-2002, %	Cantidad 2002	Unidad de medida	
271000	aceites de petroleo o de minerales bituminosos no expresados ni comprendidos en otras part	361,329	20	45	38,759,323	67	0	No medida	804090	-19	0	No medida	442,761
520100	algodon sin cardar ni peinar.	50,181	-7	27	769,557	-13	0	No medida	186,893	1	92,313	Toneladas	136,712
270799	los demas aceites y productos destilacion alquitranes de hulla alta te	0		0	123,672	0	0	No medida	122,218		491,158	Toneladas	122,218
620462	pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodon para mujeres o niñas	1,825	-20	2	3,796,936	16	0	No medida	96640	23	0	No medida	94,815
620342	pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodon.	14870	-2	17	4758270	1	0	No medida	88,568	7	0	No medida	73,698
080510	naranjas frescas	8,807	23	13	1,131,599	0	0	No medida	65,607	7	203,495	Toneladas	56800

Fuente: Cálculos de CCI en base a las estadísticas de COMTRADE.

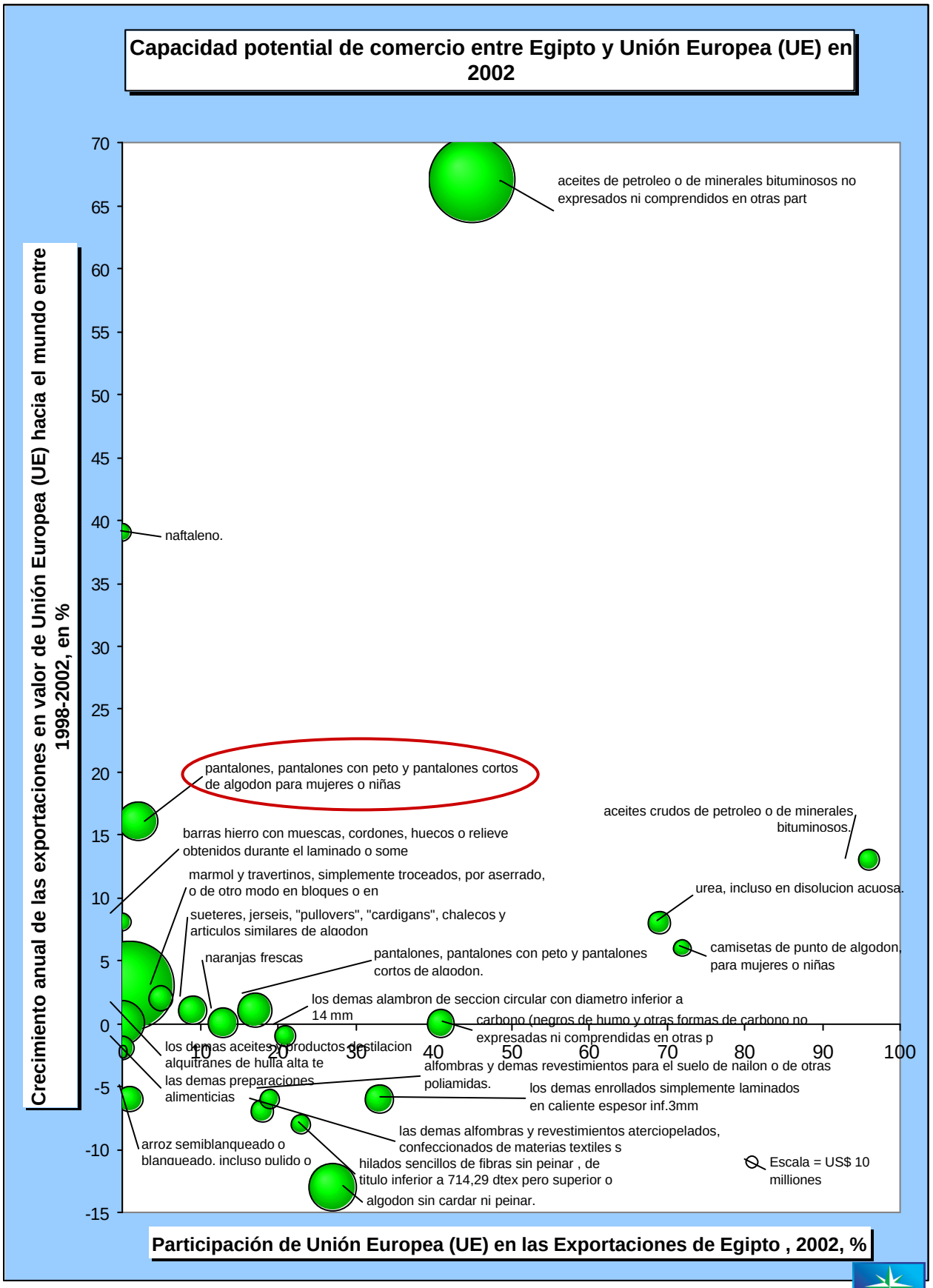
Siguiente Importaciones Comercio bilateral (SH2) classificado por comercio potencial Comercio bilateral (SH4) classificado por comercio potencial Menú de selección Gráfico Ayuda

Vemos que *Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón para mujeres o niñas* está experimentando crecimiento tanto en las importaciones de la UE (16% p.a.) como en las exportaciones de Egipto (23% p.a.), la actividad comercial entre los dos fue US$ 2 millones en 2002. Dado el significativo crecimiento en la demanda de la UE, ésta puede ser una área en donde Egipto puede mejorar su capacidad de oferta y capitalizar en un comercio potencial de casi US$ 95 millones. Apunte: al estudiar el potencial comercial entre un país y un grupo, se debe tener la misma precaución al interpretar los datos que se tiene en el caso de los mercados individuales (Ver B. Potencial Comercial Bilateral – Construcciones prefabricadas entre Estonia y Francia).

Oprimiendo el valor de las importaciones de la UE del mundo, podemos ver qué mercados individuales abastecen a la UE con estos productos. Asimismo, oprimiendo el valor de las exportaciones de Egipto al mundo, podemos ver hacia qué mercados está exportando estos productos Egipto actualmente.

El Cuadro 4 presenta la misma información que la Tabla 16. El crecimiento anual de las importaciones de la UE del mundo está trazado en el eje vertical, mientras que el tamaño de las burbujas representa el tamaño del potencial comercial entre los dos. Cabe señalar que, como en la Tabla 16, *Pantalones, pantalones con peto y pantalones cortos de algodón para mujeres o niñas* está experimentando un crecimiento significativo tanto en la demanda de la UE como en la participación de la UE en las exportaciones de Egipto, esto sugiere que ésta podría ser una área adecuada para que el gobierno concentre sus esfuerzos de apoyo a los exportadores de *Pantalones*.

Cuadro 4: Comercio actual y capacidad potential de comercio entre Egipto y Unión Europea (UE) en 2002



Nota: El tamaño de los círculos corresponde al comercio potencial entre Egipto y Unión Europea (UE) en 2002, para los productos seleccionad
Fuente: Cálculos del CCI basados en las estadísticas de COMTRADE.

IV. Resumen

Ya sean del sector público o el empresarial, los actores del comercio internacional deben contar con la capacidad de analizar los flujos comerciales tanto desde la perspectiva del producto como del mercado, TradeMap proporciona esta información en un formato fácil de usar y fácilmente accesible. Los usuarios tienen acceso a la más exhaustiva base de datos a nivel mundial, COMTRADE, que contiene indicadores del desempeño de la exportación del país, la demanda internacional, mercados alternativos y el papel de los competidores tanto desde la perspectiva del producto como del mercado. Los usuarios pueden rápida y fácilmente:

- **Analizar los actuales mercados de exportación.** Examinar el desempeño y las dinámicas de los mercados de exportación de un país para cualquier producto, identificando el número y tamaño de los mercados de exportación y la concentración de exportaciones y pone en relieve a los países donde la participación del mercado ha aumentado.

- **Ver a los competidores en el mercado global.** Los países competidores, que exportan el mismo producto, son clasificados en términos de valor, con indicadores adicionales de las cantidades, crecimiento y participación del mercado, destacando la posición de un país en las exportaciones mundiales, a lo igual que la posición de los países vecinos.

- **Pre-seleccionar los mercados prioritarios.** Ver los países de mayor importación mundial, con indicadores ilustrando el grado de concentración de la importación en los mercados mundiales y en qué países ha aumentado significativamente la demanda durante el período.

- **Encontrar información respecto a las barreras arancelarias y no-arancelarias.** En base a la base de datos TRAINS de la UNCTAD, esta función proporciona información de las partidas arancelarias de los instrumentos principales de control comercial de los países, tales como las tarifas ad-valorem y específicas, tarifas de las Naciones Más Favorecidas (NMF), cuotas tarifarias, aranceles anti-dumping, prohibiciones y normas a un nivel más detallado.

- **Evaluar a los competidores en los mercados de exportación específicos.** Ver los competidores de un país en cualquier mercado meta principal, con información sobre el desempeño de las exportaciones de estos competidores, mostrando el número de países proveedores y su desempeño en el mercado.

- **Identificar nuevas fuentes de oferta.** Los países que exportan un producto tanto al mundo como a un país específico son clasificados uno con respecto al otro, permitiendo comparaciones directas de las fuentes actuales y potenciales de la oferta nacional.

- **Examinar las oportunidades para la diversificación de productos en un mercado específico.** Realizar una evaluación comparativa de la demanda de importación para productos relacionados en el mercado siendo estudiado e identificar si productos similares están siendo importados por el país estudiado y si las sinergias son posibles.

- **Evaluar el desempeño comercial del país.** Realizar una evaluación general del desempeño comercial del país e identificar las áreas de prioridad para la promoción comercial e inversión a nivel sectorial y de producto.

- **Identificar el comercio bilateral existente y potencial con cualquier país socio.** Las oportunidades de comercio bilateral pueden ser identificadas comparando el comercio bilateral real, la demanda en términos de las importaciones globales de los países socios y la capacidad global de la oferta del país de origen.

TradeMap puede adaptarse para las instituciones de apoyo al comercio (TSI TradeMap) con un sitio especial de la Internet protegida por una contraseña que permite que grupos grandes de usuarios realicen múltiples conexiones. A su vez, los socios individuales pueden acceder a la aplicación directamente mediante una suscripción (ITC TradeMap). Para obtener mayor información, por favor comuníquese con: trademap-usaid@intracen.org

Anexo I: Estadísticas del Comercio Exterior como Base de la Investigación Estratégica de Mercado
Lo que los Usuarios Deben Tomar en Consideración

Las estadísticas del comercio exterior proporcionan un cuadro diferenciado de los flujos comerciales entre los países. Son exhaustivas en términos de la cobertura de productos (más de 5,300 productos bajo el Sistema Armonizado), la cobertura geográfica (alrededor de 100 países cubriendo 90% del comercio mundial) y series de tiempo (la información bajo el Sistema Armonizado se encuentra disponible para la última década). Además, se pueden adquirir fácilmente a costos moderados. Esto hace que sean una fuente atractiva para la investigación de mercado y la evaluación del desempeño comercial.

Con este trasfondo, el CCI ha desarrollado varias herramientas para la promoción del comercio y marketing internacional en base a las estadísticas comerciales. *Country Map, TradeMap* y *Product Map* son ejemplos. Todas estas herramientas se esfuerzan por presentar estadísticas comerciales en un formato analítico fácil de usar. No obstante lo atractivo de esta fuente de información exhaustiva, los usuarios deben tener en cuenta los siguientes puntos débiles de las estadísticas del comercio extranjero:

- Los datos comerciales nunca están completos. El contrabando y la ausencia de reportes representan un serio problema en muchos países. Además, las estadísticas comerciales, como cualquier fuente de información, no se encuentran libre de errores y omisiones.
- La mayoría de los países incluyen importaciones para las re-exportaciones y re-exportaciones en sus estadísticas comerciales. Un país de bajos ingresos puede aparecer como un exportador de aeroplanos simplemente porque su aerolínea comercial ha vendido aviones usados.
- De acuerdo a las convenciones internacionales para reportar las estadísticas comerciales, el valor de exportación se refiere al valor contractual o total que, por supuesto, puede ser muy diferente al valor agregado local. Para numerosas actividades de procesamiento el valor local se mantiene por debajo del 20% del valor de la exportación.
- Únicamente se encuentran disponibles estadísticas comerciales detalladas para el comercio de bienes y no para servicios, aunque estos últimos pueden constituir una parte considerable de las exportaciones nacionales.
- Aún a su nivel más bajo de disagregación, los grupos de productos en las nomenclaturas comerciales no reflejan necesariamente los nombres comerciales y a menudo contienen una amplia gama de productos diferentes. Además, la nomenclatura de los productos a veces es engañosa. Las denominaciones de los grupos de productos agregados a menudo son muy generales y a veces proporcionan únicamente una guía limitada sobre los ítems principales dentro del grupo de productos en cuestión.
- Las fluctuaciones en la tasa de cambio no siempre son documentadas en las estadísticas del comercio internacional. Los valores son agregados normalmente durante el período de un año en la moneda local y convertidos en dólares de los Estados Unidos de América. Las fluctuaciones de la tasa de cambio no siempre se registran en las estadísticas comerciales internacionales. Los valores se agregan normalmente durante el período de un año en la moneda local y convertidos en dólares de los EE.UU.
- Para los países que no reportan los datos comerciales a las Naciones Unidas, el CCI utiliza los datos de países socios, un enfoque conocido como las estadísticas espejo. Las estadísticas espejo son la segunda solución, la cual es mejor que no contar con ninguna información. A la vez, cuentan con varias deficiencias cuando se comparan con la mejor solución, los datos nacionales reportados. Primero y ante todo, no cubre el comercio con otros países no reportantes. Como resultado, las estadísticas espejo apenas cubren el comercio Sur-Sur y no sería una fuente adecuada para una evaluación del comercio intra-africano. Segundo, existe el problema de trasiego, que podría esconder la procedencia real de la oferta. Tercero, las estadísticas espejo invierten las normas seguidas para reportar los datos ya que evalúan las exportaciones en términos c.i.f. (o sea, incluyendo el costo de transporte y seguro) y las importaciones en términos f.o.b (excluyendo estos ítems).

En un esfuerzo por hacer que estas discrepancias sean más transparentes, hemos incluido la opción de ver las estadísticas Espejo dentro de TradeMap (Ver final de la Tabla 15). La Tabla 15 presenta los datos de los países que importan *Panti medias* de Eslovenia según lo reportado por las exportaciones de Eslovenia. Mientras que la Tabla 16 presenta los mismos datos según lo reportado por las importaciones de los países socios de Eslovenia.

Tabla 17: Lista de los mercados importadores de un producto exportado por Eslovenia en 2002

Producto : 611511 calzas (panty-medias), de punto de fibras sinteticas, con titulo de hilado a un cabo infer
Las exportaciones de Eslovenia representan el 1% de las exportaciones mundiales de este producto; su posición relativa en las exportaciones mundiales es 16

Importadores	Valor de las exportaciones 2002 en miles de US$	Participación en las exportaciones de Eslovenia , %	Cantidad exportada en 2002	Unidad de medida	Valor de unidad (US$/ unidad)	Crecimiento anual de las exportaciones en valor entre 1998-2002, %	Crecimiento anual de las exportaciones en cantidad entre 1998-2002, %	Crecimiento anual de las exportaciones en valor entre 2001-2002, %	Posición relativa de los socios comerciales en las importaciones mundiales	Participación de los socios comerciales en las importaciones mundiales, %	Crecimiento anual de las importaciones totales en valor por socio comercial entre 1998-2002, %
Mundo	9,728	100	567	Toneladas	17,157	-19	-18	-4			-7
Suiza y Liechtenstein	2,684	28	127	Toneladas	21,134	34	38	65	7	2	-6
Croacia	842	9	39	Toneladas	21,590	3	4	3	26	0	14
Austria	301	3	12	Toneladas	25,083	49	46	-77	10	2	-10
Yugoslavia (Republica federal de)	241	2	16	Toneladas	15,063			42	35	0	27
La ex Rep. Yugoslava de Macedonia	187	2	9	Toneladas	20,778	-2	3	21	66	0	-8
Bosnia y Herzegovina	149	2	10	Toneladas	14,900	28	40	19	54	0	-3
Países Bajos (Holanda)	82	1	3	Toneladas	27,333				17	1	-23
Italia	69	1	2	Toneladas	34,500	81	13	60	5	4	20
Portugal	64	1	2	Toneladas	32,000	-6	0	167	23	0	-14
Gambia	35	0	4	Toneladas	8,750				92	0	
Federación de Rusia	18	0	1	Toneladas	18,000			64	20	1	45

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Países exportadores | Países importadores (SH4) | Productos similares (SH6) exportados por Eslovenia | Productos similares (SH4) exportados por Eslovenia | Exportadores mundiales | Importadores mundiales | Datos espejo | Menú de selección | Gráfico | Ayuda

Tabla 18: Lista de mercados importadores de un producto exportado por Eslovenia en 2002, Datos espejo

Product : 611511 calzas (panty-medias), de punto de fibras sinteticas, con titulo de hilado a un cabo infer
Nota: La información está basada en datos obtenidos de los socios comerciales (datos espejo)

Importadores	Valor de las exportaciones 2002 en miles de US$	Participación en las exportaciones de Eslovenia , %	Cantidad exportada en 2002	Unidad de medida	Valor de unidad (US$/unidad)	Crecimiento anual de las exportaciones en valor entre 1998-2002, %	Crecimiento anual de las exportaciones en cantidad entre 1998-2002, %	Crecimiento anual de las exportaciones en valor entre 2001-2002, %	Posición relativa de los socios comerciales en las importaciones mundiales	Participación de los socios comerciales en las importaciones mundiales, %	Crecimiento anual de las importaciones totales en valor por socio comercial entre 1998-2002, %
Total	4,004	100									
Suiza y Liechtenstein	2600	65	127	Toneladas	20,472	39	47	95	7	2	-6
Croacia	844	21	40	Toneladas	21,100	6	8	7	26	0	14
Austria	323	8	13	Toneladas	24,846	19	16	-69	10	2	-10
Portugal	68	2	0	No medida				55	23	0	-14
Italia	66	2	2	Toneladas	33,000	16	-3	61	5	4	20
Eslovaquia	26	1	5	Toneladas	5,200	30	23	44	30	0	-1
Federación de Rusia	24	1	1	Toneladas	24,000			0	20	1	45
Francia	19	0	0	No medida		-26		-14	3	9	-8
Islandia	19	0	0	No medida		-16		27	75	0	-16
República Checa	15	0	3	Toneladas	5,000	-40	-36	-25	22	0	-6

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Datos directos | Menú de selección | Ayuda

Note que Yugoslavia, Macedonia, Bosnia y Herzegovina, y Gambia en la Tabla 15 no aparecen en la Tabla 16. Esto se debe a que estos países no reportan estadísticas a la base de datos de COMTRADE. Sin embargo, Países Bajos y Polonia no aparece en la Tabla 16 y es un país reportante. Puede ser que Eslovenia re-exporta a Países Bajos y Polonia y lo toma en cuenta como exportación, mientras que Países Bajos y Polonia no considera a Eslovenia como el país de origen y no lo incluye en sus importaciones.

Similarmente, en la Tabla 16 vemos que Eslovaquia, Francia, Islandia y la República Checa, e reportan importaciones de Eslovenia, mientras que Eslovenia no reporta exportaciones hacia estos países. Es posible que estos países consideren a Eslovenia como el país de origen, pero Eslovenia no les exporta directamente y por lo tanto no los incluye en sus estadísticas de exportación.

En vista de las deficiencias anteriores, las estadísticas del comercio exterior nunca deben ser la única fuente de información, sino que deben complementarse con otras fuentes y en particular ser verificadas por especialistas de productos y conocedores de la industria. En general, la experiencia del CCI sugiere que las estadísticas comerciales representan una fuente de información sumamente útil y un punto de partida válido para la investigación estratégica de mercado, si se analizan con una mezcla saludable de escepticismo y pragmatismo en relación con sus fortalezas y deficiencias.